

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL TRABAJO Y LA PRODUCCIÓN

3º AÑO CICLO BÁSICO AGRARIO

VERSIÓN PRELIMINAR

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN AGRARIA



Introducción

En el marco de la Educación Secundaria obligatoria, la modalidad Agraria es una de las alternativas de Educación Técnico Profesional.

Por Resolución N° 88/09 se aprobó el Diseño Curricular del Ciclo Básico Agrario, el mismo promueve la cultura del trabajo, la sustentabilidad social, ambiental y económica de las producciones, el agregado de valor a la materia prima, la producción de alimentos sanos y seguros, las formas asociativas, el empleo autogestivo, el desarrollo rural y el arraigo como valores de una verdadera “Ciudadanía Rural”.

Por Disposición N° 10/09 se aprobaron los entornos formativos para el ciclo básico agrario: Huerta, Vivero, Forrajes, Apicultura, Cunicultura, Avicultura, Porcinos, Ovinos, Taller Rural y Mecánica agrícola. En cada uno de ellos se proponen modelos que representan las producciones familiares

Corresponde ahora acompañar el trabajo de nuestras escuelas con los manuales de Huerta, Vivero, Forrajes, Investigación del Medio I, Investigación del MedioII, Organización y Gestión del trabajo y la producción, Taller rural, Maquinaria Agrícola, Cunicultura, Apicultura, Avicultura, Ovinos y Porcinos.

Los mismos permiten orientar y facilitar las acciones de los docentes y alumnos para la construcción de aprendizajes significativos en los talleres y sus entornos formativos. Constituyen una propuesta de trabajo abierta para que, docentes y alumnos, interactúen con ella, jerarquizando, reordenando y secuenciando contenidos y actividades, de acuerdo a cada situación de enseñanza aprendizaje

En el desarrollo de cada espacio curricular (materia, taller, seminario), podrán incorporarse: conceptos, estrategias, ideas, técnicas, procedimientos, actitudes, valores, destrezas motrices, competencias intelectuales y teorías, que los docentes consideren.

Cada manual en sí, posibilita también acciones de extensión al contexto socio productivo, pudiendo ser base de actividades de educación no formal en acciones de capacitación laboral y actualización técnica.

Este es un aporte de la Educación Agraria a la Educación Agraria misma. Rescata el trabajo anónimo de nuestros docentes a lo largo de la historia y lo pone en valor.

Desde aquellos viejos apuntes que cada uno se organizó para hacer posible el dictado de su materia, llegamos a la propuesta de estos manuales.

La actualización necesaria consistió en tareas de recopilación, compaginación, edición y elaboración de actividades que los recrea y los vuelve interactivos. Suponen una propuesta mínima de trabajo.

Como siempre, la creatividad, el ingenio y la experiencia de nuestros docentes, mejorarán la propuesta en la renovación de su compromiso ante la diversidad de escenarios que se nos plantea con cada grupo de alumnos.

La distribución gratuita de estos manuales a los alumnos de nuestras Escuelas y por extensión a sus familias, promueve derechos de **igualdad, inclusión, calidad educativa y justicia social** como elemento clave de las estrategias de desarrollo y crecimiento socioeconómico de la Provincia contemplados en las Leyes de Educación Nacional y Provincial.

Guía para el docente

En este módulo, se promoverá la organización del trabajo productivo en situaciones reales de desempeño.

Se avanzará en el diseño y desarrollo de modelos de gestión a partir de la información generada en las unidades productivas de la propia escuela y/o de las explotaciones familiares.

Es importante considerar que el desarrollo teórico y las actividades previstas deben ser abordadas en horario de clase por lo tanto se sugiere adaptarlas a los diferentes grupos de alumnos, de manera que se logren abordar todos los temas en el transcurso del año.

Teniendo en cuenta que Organización y Gestión del Trabajo y la Producción se organiza bajo la forma de Seminario, se deberá promover la modalidad de trabajo individual y grupal de investigación, discusión, debate y la presentación de lo investigado, así como también alentar la realización de un trabajo final.

Se sugiere la utilización de los siguientes recursos didácticos:

- herramientas útiles para obtener información sobre las producciones del lugar;
- mapas y redes conceptuales necesarias tanto para la construcción de conceptos como en el proceso de evaluación;
- láminas, diccionarios, artículos periodísticos y otros recursos seleccionados de acuerdo con las motivaciones e intereses de los grupos de alumnos;

Guía para el alumno

El objetivo de este Manual es que los alumnos tengan una visión desarrollada y actualizada de los distintos temas, conceptos, aplicaciones e investigaciones sobre la organización y gestión del trabajo y la producción.

En el transcurso del año realizarán actividades referidas a investigar, buscar datos, recopilar y analizar los diferentes modelos productivos, formas de organización y modelos de gestión.

A su vez, teniendo en cuenta que promueve la organización del trabajo en situaciones reales de desempeño, se avanzará a lo largo del año en el diseño y el desarrollo de modelos de gestión a partir de la información obtenida desde distintas actividades.

Las expectativas de logro son las siguientes:

- Identificación de los factores de la producción agropecuaria.
- Reconocimiento de los modelos productivos y formas de organización.
- Diseño de modelos de gestión para pequeñas unidades productivas

En el Manual los alumnos encontrarán un desarrollo teórico organizado en diferentes unidades de contenido, actividades que buscan aplicar los conceptos presentados, glosarios, actividades de Seminario y tres Anexos.

Evaluación

Luego de realizar la planificación anual y establecer las expectativas de logro para cada grupo, es indispensable que los docentes informen y compartan esas expectativas con los alumnos y sus familias, así como, con qué criterios se evaluará a los alumnos y qué indicadores guiarán la emisión de juicios de valor.

Se deberá tener en cuenta que la modalidad adoptada en Organización y Gestión del Trabajo y la Producción es SEMINARIO, por lo tanto se deberá priorizar el trabajo de investigación, discusión, debate y presentación de los resultados obtenidos en este proceso.

Para lograr un mejor seguimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje recomendamos tener en cuenta las siguientes etapas: evaluación diagnóstica, en proceso y final.

Evaluación diagnóstica: es un punto de partida fundamental para conocer a nuestros alumnos y seleccionar y desarrollar adecuadamente estrategias, contenidos, recursos y demás actividades según características de los grupos.

Evaluación en proceso: posibilitará al docente evaluar las estrategias didácticas implementadas durante el proceso de enseñanza, así como informar al alumno sobre los ajustes que necesita realizar para aproximarse al logro de las expectativas planteadas.

Se tendrá en cuenta cómo el alumno se desempeña en el grupo, con sus pares, con el docente, con qué actitud y predisposición hacia la tarea, y cómo se va superando a sí mismo en el desarrollo del ciclo lectivo.

Evaluación final: bajo la modalidad de Seminario los alumnos realizarán trabajos individuales y grupales de investigación, discusión, debate y presentación de lo investigado para cada unidad de contenidos.

La propuesta para la evaluación final es el diseño de un modelo de gestión para una pequeña unidad productiva, teniendo en cuenta el tipo de organización, los recursos, la forma de organización del trabajo y la producción y la comercialización.

Los diversos íconos y viñetas del componente gráfico comprenden:

Objetivos de aprendizaje

Cada BLOQUE TEMÁTICO comienza con una definición de los objetivos generales de aprendizaje, que sirven como referencia principal para evaluar el aprendizaje de cada BLOQUE TEMÁTICO.

Lo que se verá mas adelante

Al comienzo de cada BLOQUE TEMÁTICO aparecen los principales temas que que trabajarán a continuación , esto proporciona una visión amplia y anticipada de ellos.

Caso introductorio

Los BLOQUE TEMÁTICOS se inician con un caso relacionado con el contenido del texto, que proporciona un ejemplo práctico para que el alumno reflexione.

Retorno al caso introductorio

El caso introductorio se retomará de varias maneras en el texto a medida que se desarrollan aspectos relacionados con él.

En colaboración: ejercicio de trabajo en equipo



La importancia que adquiere en la actualidad el trabajo en equipo nos llevó a proponer distintos ejercicios para que exploren y profundicen los conceptos presentados en el texto. Por lo tanto, cada vez que encuentren esta viñeta deberán trabajar de esa manera.

En la red



Queremos que la globalización cobre vida para nuestros alumnos, por lo tanto cuando encuentren esta viñeta, ustedes podrán realizar la lectura de información adicional, como así también actividades complementarias que servirán para que puedan tomar decisiones más apropiadas con el fin de solucionar los problemas que se presentan en el BLOQUE TEMÁTICO.

Preguntas



Cada BLOQUE TEMÁTICO incluye al finalizar una serie de preguntas de análisis. Si leen y responden las preguntas al final, sabrán si comprendieron y si son capaces de aplicar los conceptos expuestos en el BLOQUE TEMÁTICO.

Términos Fundamentales

En cada BLOQUE TEMÁTICO encontrarán un listado de los términos fundamentales que se deben conocer, es importante que ustedes puedan definirlos.

Seminario



Al finalizar cada BLOQUE TEMÁTICO se propone una actividad para ser presentada en un seminario. Aquí cada grupo deberá buscar la información para presentar la resolución de la problemática al resto de sus compañeros. Esta instancia es muy importante ya que será parte de la evaluación del módulo.

BLOQUE TEMÁTICO 1

INTRODUCCIÓN A LAS ORGANIZACIONES

Objetivos de aprendizaje

- Describir las características de una organización
- Identificar los factores de producción intervinientes en la producción agropecuaria.
- Comprender las ventajas del uso eficiente de los recursos
- Reconocer la diversidad de intereses y condicionantes que se plantean a la hora de aprovechar los recursos naturales.

Lo que se verá mas adelante

- Uso eficiente de los recursos
- Fuentes de energía renovables
- Formas de organización del trabajo y la producción
- Modelo productivista y agroecológico

Caso introductorio

EL GANADO S.A.

Que haremos y como pensamos hacerlo...

1. La Empresa

La Misión de El Ganado S.A. es ser una empresa agropecuaria, especializada en el gerenciamiento de productos de la tierra, sustentable en el tiempo. Que ofrezca al mundo productos de alta calidad, que crezca, que sea rentable y competitiva, que busque continuamente la excelencia y la vanguardia tecnológica. Que priorice el desarrollo de su gente y que haga sentir orgullosos a sus integrantes, los socios, los empleados y la comunidad de pertenencia.

2. El liderazgo

El liderazgo es una capacidad que en El Ganado nace de la integridad, el respeto mutuo y la responsabilidad. Como líderes debemos alentar la capacidad de soñar y enseñar el mantenimiento de los presentes Valores y Misión. Debemos priorizar la confianza, el trabajo en equipo y la autonomía.

3. Trabajo en Equipo

El trabajo en equipo es en El Ganado una característica distintiva; se estimula la participación y la integración, valorándose las comunicaciones claras y sinceras, el esfuerzo y la contribución de todos sus miembros.

4. El Personal

Esperamos que todos en El Ganado se sientan partícipes del proyecto, desarrollen un sentido pertenencia y puedan disfrutar de una buena calidad de vida. Que exista entusiasmo y alegría en el trabajo diario, actitud emprendedora y de servicio, en un marco de capacitación y mejoras permanentes.

5. Los Clientes y los Proveedores

En nuestras relaciones con ellos priorizamos la seriedad, cordialidad y transparencia, creando espacios placenteros de negociación, asegurando la coherencia con nuestros valores y generando fuertes vínculos basados en la confianza.

6. La Responsabilidad Social

No descuidaremos nuestro entorno social, asistiendo a las necesidades de la comunidad e impulsando su integración con el sector. Respetaremos el medio ambiente en el desarrollo de nuestra actividad fomentando su conservación y cuidado.

Áreas de Producción

Actualmente las áreas de producción se centran en seis zonas, cuatro en la provincia de Buenos Aires, una en La Pampa y una en Entre Ríos. En la campaña 07-08, se gerenciaron 20000 has en total, de las cuales 4000 has son destinadas a ganadería. En la campaña 08-09 se preveen gerenciar alrededor de 23000 has.

La superficie agrícola está zonificada de la siguiente manera:

- **41%** en la zona del noroeste húmeda de la provincia de Buenos Aires
- **25%** en el noreste de La Pampa y oeste seco de la Provincia de Buenos Aires
- **10%** en Entre Ríos
- **10%** en la zona Centro
- **8%** en la zona Sudeste
- **4%** en la zona Mar y Sierras

El portfolio general de la empresa está constituido en la actualidad por un 48% de soja, un 21% de maíz, un 16% de girasol y un 15% de trigo o cebada/soja. Dentro de las rotaciones zonales, el doble cultivo trigo/soja está principalmente localizados en el oeste de Bs As, zona centro y Entre Ríos; el maíz en las zonas noroeste y Entre Ríos; el girasol fuertemente localizado en La Pampa y la cebada se siembra en su totalidad en el noroeste.

La ganadería 07-08, ubicada en las zonas de 25 de Mayo, Tapalqué y noroeste

de Buenos Aires, está integrada por 3700 vientres y más de 5000 cabezas de recría e invernada.

EL GANADO se enorgullece de presentar su contribución a las exportaciones argentinas de maíz pisingallo (popcorn), primeras en el mundo, a través de POPCORN AMERICA© como su primer producto para comercio internacional.

POPCORN AMERICA© se produce desde 2007/8 en campos de producción propia de EL GANADO en Argentina (20.000 hectáreas), con sede en América ubicada al oeste de la provincia de Buenos Aires, corazón de una de las tres llanuras más fértiles del mundo: la "pampa húmeda".



POPCORN AMERICA© es consecuencia inevitable de recursos humanos bien formados que emplean las últimas tecnologías de agricultura sustentable, de una permanente investigación a campo y de una rigurosa política de trazabilidad. Esto, a partir de potreros seleccionados con fertilidad edáfica asegurada bajo permanente supervisión profesional, y semillas híbridas Basso Seeds© seleccionadas de líneas genéticas No-GMO de E.E.U.U. tipo "butterfly" con alta productividad y resistencia a enfermedades.

Si hoy tuvieras la posibilidad de formar parte del equipo de trabajo de esta empresa ¿Cuáles son las características que te impulsarían a elegirla?



En http://www.elganadosa.com.ar/aboutus_es.htm podrás encontrar más información sobre esta empresa.

¿QUÉ ES UNA ORGANIZACIÓN?

Una organización esta formada por un grupo de personas que desean lograr determinados objetivos. Para alcanzarlos utilizan sus recursos y realizan actividades coordinadas.



Tomando esta definición como base, realizamos un paseo por un sector de la ciudad listando las organizaciones que observan en el recorrido.

Clasificación de las organizaciones

Según los fines que persiguen las organizaciones pueden ser clasificadas como **entidades que no tienen fines de lucro** y **entidades que tienen fines de lucro**.

Entidades que no tienen fines de lucro Culturales

- Religiosas
- Asistenciales
- Deportivas
- De beneficencia
- Otras

Entidades que tienen fines de lucro

- Comerciales
- Financieras
- Industriales
- de servicios
- otras



Clasifiquen las organizaciones que listaron anteriormente según los fines que persiguen.

Características de las organizaciones modernas

La mayoría de las organizaciones tiene características en común:

- Complejidad
- Diversidad de objetivos
- Necesidad de afrontar los cambios
- Exigencias externas
- Son espacios de desarrollo profesional y personal
- Permiten las vinculaciones entre individuos y grupos
- Son indicadores de la sociedad actual



Seleccionen una de las organizaciones anteriores y respondan:

1. ¿Qué conocimientos deberán tener sus integrantes de acuerdo con la tarea que desempeñan?
2. ¿Cuáles son las necesidades que crean en el público?
3. ¿Por qué son indicadores de la sociedad actual?

Retorno al caso introductorio

El Ganado S.A. ¿es una organización? De las características de las organizaciones modernas ¿Cuáles consideran que se ven reflejadas en dicho caso?

LA EMPRESA

Empresa es una organización compuesta por un grupo humano y recursos materiales. Este tipo de organización se constituye con el fin de alcanzar determinados objetivos por medio de actividades económicas.

...¿Y la empresa agropecuaria?

La empresa agropecuaria es la unidad económica donde se integran las aspiraciones y el esfuerzo humano con el uso de recursos naturales y la técnica en pos de la obtención de productos agropecuarios que satisfagan las necesidades humanas. La producción económica de este tipo de empresas depende del agrosistema en que se encuentra ubicada, ya que el mismo posee ciertas características particulares derivadas especialmente de los subsistemas biológicos, de las tecnologías de producción específicas y del supersistema ecológico en el cual se sustenta.



Comparen las dos definiciones anteriores. ¿Cuáles son las semejanzas en las definiciones? ¿Cuáles las diferencias?

Características de la empresa agropecuaria

Las características principales de la empresa agropecuaria son las que siguen:

- a. **Proceso productivo biológico automático:** esto es que, independientemente de la mano del hombre, una semilla, una vaca, se desarrollan, aunque no en forma ordenada y orientada a una mayor productividad como cuando interviene el hombre.
- b. **Ciclo productivo:** en cualquier actividad agropecuaria el ciclo productivo va de los 90 a los 180 días como mínimo. Esto implica una inmovilización de capital durante ese período, sin rentabilidad alguna.

- c. **Tierra:** en la actividad agropecuaria la tierra actúa como principio activo y tiene una relación directa con el resultado de la empresa, a través de la mayor o menor productividad de la misma.
- d. **Rentabilidad:** tradicionalmente, la actividad que nos ocupa se caracteriza por una rentabilidad moderada o baja, por consiguiente, tiene una relevancia fundamental en el manejo de este negocio la elección de una mezcla de actividades que maximice la utilidad final. Otro pilar sobre el cual debemos edificar la rentabilidad es la diversificación.
- e. **Factor climático:** es un factor determinante de la producción y agrega un factor de riesgo adicional a la actividad.
- f. **Rendimientos decrecientes:** la producción agropecuaria está limitada por la ley de rendimientos decrecientes por lo cual un factor adicional de producto (por ejemplo, un kilo de fertilizante o un dilo de semilla) llegado un límite determinado, no incrementa la producción proporcionalmente. Aunque debemos tener presente que con los avances en la actualidad, si bien este principio no deja de tener vigencia, se ve limitado.
- g. **Capital inmovilizado:** medido en rentabilidad sobre capital invertido, los resultados de esta actividad los podemos considerar moderados o bajos comparados con otras actividades productivas.
- h. **Financiación:** dadas las características mencionadas, es poco frecuente que se acuda a financiación de terceros para el desarrollo de las actividades productivas, porque en plazo y costo es difícil encontrar un préstamo que se adapte a las características señaladas.

Retorno al caso introductorio

Analizar los procesos productivos biológicos que se presentan en el Ganado S.A. Realizar una planilla que permita observar: Proceso productivo biológico y su ciclo productivo. Para recopilar datos puedes investigar en Internet y también preguntar a los docentes de la institución.



En http://www.indec.gov.ar/default_cna2002.htm podrás observar la Cantidad y superficie del total de EAP(Explotaciones Agropecuarias), por tipo jurídico del productor, según escala de extensión y también Cantidad y superficie de EAP con límites definidos, por tipo jurídico del productor, según departamento.



Investigar cuál es la diferencia entre los distintos tipos jurídicos mencionados. Realizar un informe explicando cada situación.

El asociativismo en empresas agrarias

“La cooperación y la asociación entre los hombres responden a la necesidad de enfrentar problemas comunes a los distintos grupos sociales, también, de resolver situaciones de índole productiva y económica, con la finalidad de poder intervenir más competitivamente en los mercados”. (Formento, 2005).

Asociación es un término que alcanza al conjunto de personas que se reúnen con un objetivo determinado, como puede ser llevar adelante una empresa agrícola. Por lo tanto, hay una relación funcional entre empresa y asociación: empresa hace referencia a lo económico y asociación a lo jurídico, razón por lo cual habrá que buscarle a esa asociación un tipo jurídico que se adecue al fin de lucro, que es propio de la empresa.

El concepto de empresa asociativa comprende al conjunto organizado de factores productivos, que permite producir bienes y servicios agrícolas, mediante el aporte de varios productores; éstos contribuyen a la producción o a la realización del servicio mediante obligaciones de dar o hacer, previamente convenidas.

El capital, generalmente escaso entre los productores agropecuarios argentinos, impide inversiones individuales indispensables para aumentar la productividad y crecer. Esta situación conduce a la necesidad de reorganizarse para concentrar medios e incrementar la escala productiva, incorporar costosas tecnologías, disminuir costos, diversificar riesgos del capital fijo invertido y el peso de las cargas impositivas, a fin de insertarse competitivamente en los mercados. Por la vía asociativa se accede a la posibilidad de desarrollar un mejor manejo superando las limitaciones de superficie, fuerza de trabajo, capital y tecnología, posibilitando en mayor medida una explotación racional.

Asociarse y abandonar el aislamiento es un fenómeno casi reciente para las PyMEs agrarias argentinas.

No es sencillo sistematizar a través del mundo jurídico el proceso económico de integración de los productores primarios. Si bien difícilmente pueda existir una única forma jurídica para el éxito de todos y cada uno de los supuestos de las empresas asociativas de objeto agrario, es necesario comenzar la búsqueda del tipo societario que podría resultar más adecuado para estos emprendimientos.

Entre los objetivos fundamentales de estos emprendimientos asociativos agrarios figuran, básicamente el mejoramiento de la producción agrícola, la transferencia de tecnología, la reducción de los costos de producción y la mayor competitividad. Para la mayoría, el objetivo no es convertirse en comerciantes, sino que se quiere facilitar la llegada al mercado.

No solo tratan de producir en común, sino de integrar tramos de la actividad o de realizar determinados servicios que pueden ayudar en la realización más eficiente de la tarea productiva: acopio, transporte, comercialización y otras.



En <http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt2006/01-Sociales/2006-S-047.pdf> podrás informarte acerca del **Marco Jurídico del Asociativismo agrario**.



Investigar en el libro “Empresa Agraria y sus contratos de negocios”, de Susana Formento sobre las Formas Jurídicas de la empresa, considerar la distinción que se realiza entre SIMPLES ASOCIACIONES, ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO, y ASOCIACIONES CON FINES DE LUCRO.

FACTORES DE LA PRODUCCIÓN

AGROPECUARIA

Desde el punto de vista económico, la empresa es la organización que coordina los factores de la producción. Estos son los siguientes:

- La tierra, que proporciona la materia prima o bienes primarios
- El trabajo, que transforma esa materia prima en productos elaborados, aptos para el consumo, o en insumos para continuar la producción.
- El capital, que permite el desarrollo de la producción: máquinas, herramientas, edificios.

Estos factores fueron definidos por Adam Smith, hoy están en proceso de revisión en la ciencia económica actual, considerando una estructuración más compleja.

Adam Smith (5 de junio de 1723 – 17 de julio de 1790) fue un economista y filósofo escocés, uno de los máximos exponentes, si no el mayor, de la economía clásica. En 1776 publica: *Ensayo sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, en la que sostiene que la riqueza procede del trabajo. El libro fue esencialmente un estudio acerca del proceso de creación y acumulación de la riqueza, tema ya abordado por los mercantilistas y fisiócratas, pero sin el carácter científico de la obra de Smith. Este trabajo obtuvo para él el título de fundador de la economía porque fue el primer estudio completo y sistemático del tema.



En http://es.wikipedia.org/wiki/Factores_de_producci%C3%B3n. Tener en cuenta que **Wikipedia** es un proyecto de la Fundación Wikimedia (una organización sin ánimo de lucro) para construir una enciclopedia libre y políglota, por lo que es necesario que analices lo publicado.



Y en <http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> podrás encontrar mayor información acerca de la clasificación en la actualidad.

Retorno al caso introductorio

Realizar una red conceptual donde expliquen cuáles son los factores de la producción, dando ejemplos de los mencionados en El Ganado S.A. Presentar el trabajo en la clase, analizar si existen coincidencias.

EL FACTOR DE PRODUCCIÓN TIERRA

La parte más importante de la Naturaleza, en relación con la producción, es la tierra. Ella comprende la superficie del planeta con todos los recursos naturales (bosques y aguas), que el hombre utiliza para el cultivo de las plantas de donde extrae la mayor parte de los alimentos. Incluye también a los animales (salvajes o domésticos), los ganados que el hombre emplea con los mismos fines. La tierra comprende también las corrientes de agua con las cuales produce la fuerza motriz que, en gran escala, es indispensable para la producción. También incluye el riego de los campos de labranza, y el curso de los ríos para la navegación.

El hombre no se ha limitado a extraer de la superficie de la tierra cuantas materias primas necesita para la producción, sino que ha recurrido a extraerlas del subsuelo. Los Yacimientos minerales de los más variados elementos son explotados por el hombre. El oro y la plata; el hierro, el petróleo y el carbón; el plomo y el cobre; en fin, cientos de productos diversos son obtenidos en las entrañas de la tierra.

El agricultor y el ganadero piensan de la tierra, como el área en que levantan sus cosechas o pastorea su ganado. Para ellos, el suelo es el elemento esencial para la producción, sin embargo, hay mucho más que tomar en cuenta para que las empresas agropecuarias puedan obtener los rendimientos que de la tierra esperan. La situación geográfica de cada empresa determinará una serie de factores que están íntimamente relacionados con el grado de utilidad de la tierra.

En la práctica la tierra puede ofrecer no solo características diferentes en cuanto a su fertilidad, sino también rendimientos distintos de acuerdo con los usos alternativos a que se la destine. Al respecto podemos afirmar que el

rendimiento de una superficie determinada de tierra será sin duda distinto si se le destina a la producción de sorgo que si se le destina a la producción de tomates. Asimismo, la oferta de la tierra para producir un producto determinado por Ej. Hortalizas, estará en función por parte, del precio que las hortalizas alcancen en el mercado, pero también del costo de sustraerla a otros cultivos.

El sacrificio de la alternativa abandonada se conoce con el nombre de costo de oportunidad de un producto es la alternativa que debe abandonarse para poder producir dicho bien.

En cualquier caso, cabe recalcar que la oferta de tierra para un uso determinado no es fija. Por ejemplo, la oferta de superficies dedicadas a la producción de hortalizas se puede incrementar si se disminuye la destinada a la producción de maíz. De igual forma, la oferta de tierra urbanizable se puede aumentar disminuyendo las superficies que estaban destinadas a fines agrícolas.

Una WebQuest se construye alrededor de una tarea atractiva que provoca procesos de pensamiento superior. Se trata de hacer algo con la información. El pensamiento puede ser creativo o crítico e implicar la resolución de problemas, enunciación de juicios, análisis o síntesis. La tarea debe consistir en algo más que en contestar a simples preguntas o reproducir lo que hay en la pantalla. Idealmente, se debe corresponder con algo que en la vida normal hacen los adultos fuera de la escuela.

Ahora bien, hasta ahora nos hemos venido refiriendo a la retribución de la “tierra” sin tomar en consideración lo que antes se había afirmado; es decir, que desde el punto de vista económico, el termino “tierra” incluye no solo las riquezas del suelo sino también las del subsuelo. En otras palabras que dentro de una acepción más moderna deberíamos referirnos no a la tierra sino a los recursos naturales.

Desde este punto de vista cabe recordar la distinción antes señalada entre recursos naturales renovables y los no renovables.



Visiten <http://cprcalat.educa.aragon.es/wq/biblioteca/html/main2.html> y realicen la webquest “La tierra está en peligro”



Leer el artículo. ¿Qué opinan sobre la propuesta? ¿Tienen nuevas ideas?



Para impulsar el cuidado de la Tierra, Discovery Communications lanza tres nuevas estrategias

2008-04-14

Se trata de un canal de contenido ambiental 24 horas; programas especializados en promover el cuidado del medio ambiente y un nuevo personaje en Discovery Kids que enseña a preservar la naturaleza.

"Queremos contribuir a que se acaben los problemas, a crear conciencia", explica María Teresa Velasco, gerente de educación y relaciones institucionales de Discovery Networks Latin America.

Velasco estará esta semana en Colombia participando en un foro sobre cambio climático, organizado por Bayer, la Universidad Javeriana y el Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, que cuenta con el apoyo de la Dirección de Responsabilidad Social de EL TIEMPO.

Además, participará en conversatorios en varias instituciones de Bogotá en las que se pondrá a los jóvenes a hablar sobre el tema.

"Con maestros de Colombia, México, Argentina y Brasil estudiamos el currículo de cada país y de otros, encontramos que en muchos colegios de primaria y de educación media se estaba enfatizando en el tema ambiental, entonces buscamos programación que contribuyera", explica.

Los maestros encuentran los horarios de transmisión en www.discoveryenlaescuela.com, así como material complementario.

Actividades por la tierra

La Semana de la Tierra, como llamaron los organizadores a las actividades que se realizarán para crear conciencia en los jóvenes sobre el cuidado del planeta, comienza mañana con el foro 'Cambio climático y reconexión con la Tierra' en la Universidad Javeriana, a las 8 a.m.

Allí también se lanzará el Bayer Encuentro Juvenil Ambiental (Beja), que será inaugurado por el ministro del Medio Ambiente, Juan Lozano.

Habrà conferencias sobre el impacto del cambio climático en la economía y exposiciones de jóvenes que trabajan por el medio ambiente del programa Beja y de Escuela Viva, ganador del primer puesto del Premio Cívico por una Bogotá Mejor 2007. Del 17 al 22 de abril habrá conversatorios sobre estos temas en diferentes lugares.

Los recursos naturales

Es todo aquello que la naturaleza brinda de manera espontánea, sin que tenga que ver la mano del hombre. Son recursos naturales la energía solar, el aire, el viento, el suelo, el mar, los bosques, la fauna y flora, etc.

Cada zona o región tiene sus propios recursos naturales, algunos se aprovechan en forma natural, mientras que otros necesitan de un proceso de transformación.

Algunos recursos naturales pueden mostrar un carácter de fondo, mientras otros se consideran más como flujos. Los primeros son inherentemente agotables, mientras que los segundos sólo se agotarán si son empleados o extraídos a una tasa superior a la de su renovación. Los fondos que proporciona la naturaleza, como son los recursos mineros, pueden ser consumidos rápidamente o ahorrados para prolongar su disponibilidad. La imposibilidad de las generaciones futuras de participar en el mercado actual, interviniendo en esta decisión, constituye uno de los temas más importantes de la Economía.

El consumo de recursos está asociado a la producción de residuos: cuántos más recursos se consumen más residuos se generan.

Clases de recursos naturales

- **Recursos renovables**

Los recursos renovables son aquellos recursos cuya existencia no se agota con su utilización, debido a que vuelven a su estado original o se regeneran. Pero ciertos recursos renovables pueden dejar de serlo si su tasa de utilización es tan alta que evite su renovación. Dentro de esta categoría de recursos renovables encontramos al agua y a la biomasa. Algunos recursos renovables se clasifican como recursos perpetuos, debido a que por más intensa que sea su utilización, no es posible su agotamiento. En los recursos renovables podemos encontrar las fuentes de energía: que son aquellos materiales o fenómenos de la naturaleza capaces de suministrar energía en una cualquiera de sus formas. También se les llama a estos recursos energéticos. Otros recursos renovables son: los bosques, el agua, el viento, los peces, radiación solar, energía hidráulica, madera, energía eólica y productos de agricultura

- **Recursos no renovables**

Los recursos no renovables o combustibles fósiles (petróleo, carbón mineral y gas natural) son una reserva de energía, que es el resultado de millones de años de descomposición y almacenamiento de vegetales y animales, que se transformaron en esos elementos a través de complicados procesos, según explican los científicos.

Nuestros vehículos y la mayor parte de las plantas generadoras de energía eléctrica (termoeléctricas) se mueven gracias a la combustión de esos energéticos acumulados desde épocas remotas en nuestro planeta. Vistas así las cosas, se entiende por qué existe una gran preocupación en el mundo entero ante el inexorable agotamiento de los combustibles fósiles, independientemente de los efectos contaminantes que su combustión representa para la atmósfera y, en general, para el medio ambiente.

Petróleo: Para poder encontrar y extraer el petróleo y gas natural, se perfora la tierra hacia depósitos localizados sobre lechos rocosos a una gran profundidad, en los que muchos millones de años atrás se depositaron capas de vegetación y restos de animales. Recordemos que esta reserva de energía es la materia o alimento almacenado por las plantas mediante el proceso de fotosíntesis, y que a través de complejos cambios, los restos de las plantas y animales se convirtieron en petróleo y gas natural.

Refinerías. Una vez extraído el petróleo de los pozos, el "crudo" es almacenado en grandes depósitos para ser enviado, por ejemplo, en tanques petroleros hacia otros países, o a través de oleoductos hasta las refinerías, en donde es convertido en gasolina, diesel y otros combustibles para la aviación, navegación marítima, calderas, plantas termoeléctricas, etc.

Sin embargo, es muy importante saber que el petróleo se puede convertir en otros productos de gran utilidad para el hombre, como son los fertilizantes para los cultivos agrícolas, fibras sintéticas para elaborar prendas de vestir, plásticos y otras muchas aplicaciones.

Gas natural. El gas natural es más ligero que el aire y está compuesto, principalmente, por metano, un gas altamente inflamable, que es un compuesto químico simple de átomos de carbón e hidrógeno. El gas natural generalmente está asociado al petróleo, es decir, que los yacimientos de petróleo también contienen gas. El gas natural es conducido mediante gasoductos a grandes distancias o comprimido para ser transportado en vehículos hasta los lugares de consumo.



Utilizando un editor gráfico crear un gráfico que permita ver la clasificación de los recursos naturales, incorporando los datos obtenidos en nuestra región acerca de los recursos naturales existentes. Ampliar la información en base al trabajo realizado en

Geografía.



"El uso de los recursos naturales debe ser con una visión integral", sostuvo Hilda Dubrovsky, de la Fundación Bariloche. En <http://www.clarin.com/diario/2009/04/19/um/m-01898679.htm>

Escuchen atentamente lo que dice Hilda Dobrovsky , y analicen si es lo mismo que se lee en el siguiente artículo, publicado por el mismo diario.

Miércoles 15, Abril 2009

Argentina desaprovecha las energías que busca el mundo

Son las que generan el viento y el sol. No contaminan y su desarrollo está al tope de la agenda mundial. Aquí, sólo representan el 0,12% de la potencia.

"El uso de los recursos naturales debe ser con una visión integral", sostuvo Hilda Dubrovsky, de la Fundación Bariloche.

En la Argentina, el Quijote hubiera podido triunfar sin delirios ni cansancio. Es que los molinos de viento que existen aquí son apenas 44, ni una centésima

parte de los que tiene España, uno de los líderes mundiales en generación de energía eólica. Los vendavales de la costa bonaerense y la Patagonia están desaprovechados, así como la posibilidad de ahorrar energía tradicional y cuidar el medio ambiente.

Contando la generación térmica, hidroeléctrica y nuclear, la potencia energética instalada en todo el país es de 24.033 megavatios (MW), mientras que los parques que capturan el viento apenas alcanzan los 27,8 megavatios. Es un ventilador en el desierto: sólo el 0,12 por ciento de la potencia total instalada, de acuerdo a un informe de la Asociación Argentina de Energía Eólica

Mientras Europa siembra sus campos de molinos y la administración de Barack Obama puso el tema entre sus prioridades, la Argentina mantiene un enorme potencial para desarrollar energías renovables como las que surgen del viento, los mares, la tierra y el sol, pero avanza demasiado lento, coinciden fundaciones ambientalistas y estudios privados.

"En la actualidad, el país está en condiciones de entrar con 2.100 megavatios eólicos al Sistema Interconectado Nacional, 200 de ellos en forma inmediata", estima el mencionado informe de la Asociación que encabeza el austríaco Erico Spinadel. Eso, en la hipótesis de máxima, es 750 veces más de lo que los molinos aportan ahora, y resultaría en 75 veces más de recursos energéticos: un buen complemento para situaciones de crisis.

"Estamos retrasados, pero la Argentina tiene una proyección importante. Llegaron a existir más de 500 mil molinos en el país, no para generación eléctrica sino para riego y bebida del ganado, pero esa tradición se perdió", explica Hilda Dubrovsky, especialista de la Fundación Bariloche. A su juicio, "el potencial podría estirarse a los 3.000 megavatios, lo que significa un Yacyretá y medio".

Entre los discursos oficiales y la realidad, se dibuja una zona gris: el Plan Estratégico Nacional de Energía Eólica, anunciado hace tres años, está a medio camino y los obstáculos burocráticos y de infraestructura siguen en pie, señalan los actores del sector.

"Para ver cambios de aquí a 10 o 15 años, tenemos que empezar a planificarlos ya, aunque hay pocas señales a la vista", opina Carlos Tanides, experto en eficiencia energética de la Fundación Vida Silvestre.

Además del diseño, falta infraestructura, considera Alberto Anesini, coordinador del área de Energías Renovables del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI): "La red de distribución no está pensada para traer todas las energías que se producen en el sur. Si mañana se instala una gran planta de miles de megavatios más allá del paralelo 42, no hay forma de conectarla en forma eficaz con ciudades lejanas. Para ser gráficos: el 'caño' que existe hoy es muy finito, no sirve para ese fin".

Como resultado, Argentina está muy lejos de los primeros puestos en el ranking de países que buscan en estas tecnologías los sustitutos del petróleo que se acaba y de los recursos naturales que se malgastan. A la cabeza van Alemania, Estados Unidos (el mayor emisor de gases contaminantes del efecto

invernadero), España y la India. Portugal aparece en el décimo lugar y exhibe otro mérito: su electricidad proviene en un 43 por ciento de fuentes de energía renovables.

Argentina figura en el puesto número 40 de esa tabla preparada por la Asociación Mundial de Energía Eólica, por debajo de los pequeños Estonia y Luxemburgo.

De todas formas, hay proyectos en marcha. En la final de la Copa Davis, la iluminación del estadio Islas Malvinas se alimentó de la energía del viento. Pero perdimos en el tenis y también en el envión del progreso: España también es líder en el aprovechamiento de la energía solar y proyecta cubrir el 25 por ciento de sus necesidades de electricidad con energía eólica. En 2010, sólo en Andalucía, se activarán 32 parques eólicos nuevos, con una potencia de 500 MW.

También en Mar del Plata, hace un año, se construyó la primera torre "energéticamente sustentable" de Latinoamérica. El boom de las construcciones de los últimos años tampoco estuvo acompañado por desarrollos de tecnología eólica o solar, admiten arquitectos y agentes inmobiliarios. Eso se da porque los Códigos de Planeamiento no incorporaron aún ese tipo de recomendaciones.

La Universidad de Buenos Aires quiere tapar ese bache, y desde hace un año prepara un proyecto sobre el uso racional de la energía en ámbitos urbanos. "En muchos países no se puede construir si no se cumplen ciertos requerimientos de ahorro energético. Podemos mejorar mucho en ese aspecto, pero hay que abordar el problema desde las distintas disciplinas, para modificar las cuestiones técnicas pero también las legislativas", señala el ingeniero Hugo Sirkin, secretario de Ciencia y Técnica de la UBA. Siempre se puede mejorar: mientras la mayor universidad del país está enfrascada en este interesante proyecto, sus aulas aún no han completado el reemplazo de sus lámparas convencionales por lámparas de bajo consumo.

La modernización normativa es otra de las deudas pendientes. El último día de su mandato, el presidente Carlos Menem reglamentó la ley 25.019, que estableció un régimen de promoción de la investigación y uso de energías no convencionales. El terremoto político y económico que vino después demoró su puesta en marcha.

Hace tres años se sancionó otra ley, la 26.190, que insistía con el fomento para el uso de fuentes renovables de electricidad y proponía un objetivo audaz: en sólo diez años, cubrir por esta vía el 8 por ciento del consumo de la energía eléctrica de todo el país.

Esta segunda ley, votada en medio de pronósticos de escasez, declaró de "interés nacional" la generación de energía eléctrica por fuentes alternativas y la investigación para el desarrollo y fabricación de equipos con ese fin. Pasado todo este tiempo, sin embargo, la ley aún no fue reglamentada, y no entró en vigor. Los promotores de la energía solar patalearon, además, porque la variante de usar el sol para la calefacción de una casa, por ejemplo, no estaba contemplada y quedaba afuera de los incentivos.

Algo más se hace desde el Estado. Como el 30 por ciento de la población rural argentina carece de energía eléctrica, se creó el Proyecto de Energías Renovables en Mercados Rurales (PERMER), que permite el acceso a la electricidad de 8.000 hogares y 6.000 edificios públicos. Tiene financiación internacional por 40 millones de dólares.

La oficina local de Greenpeace también instaló paneles fotovoltaicos en sus techos para aprovechar la energía solar. "Es limpia, renovable y tan abundante que la cantidad que recibe la Tierra en 30 minutos equivale a toda la electricidad consumida en el mundo durante un año", se explica en un texto de su página web.

Pronto llegarán al país los containers con teléfonos celulares chinos cuyas baterías se cargan con el sol. Si ese producto llegara a masificarse, más de un millón de usuarios del área metropolitana dejarían de enchufar sus cargadores eléctricos por las noches, permitiendo un ahorro más.

En octubre pasado, el parque eólico Antonio Morán, que queda en Chubut y es el más grande del país, comenzó a entregar energía a los consumidores nacionales (ver aparte). Y el año que viene, además, comenzará a operar el parque eólico de Arauco, en La Rioja, que realiza la empresa IMPSA, del Grupo Pescarmona. "Es un hito -dijo la firma en un comunicado-, significará la independencia energética de la provincia", porque en la última etapa podrá abastecer el 45 por ciento de la demanda actual, que ahora se "importa" de otros distritos.

La Secretaría de Energía de la Nación tiene pendiente actualizar su página Web sobre fuentes renovables y responder un pedido de información que le hizo Clarín. En el cuestionario se preguntaba por los avances de los planes Vientos de la Patagonia I y II, el grado de apoyo oficial a los proyectos de energía solar y las demoras en la reglamentación de la última ley. En el portal de la Secretaría de Energía, un documento admite que la participación de las energías renovables en la oferta energética nacional "es muy baja".

Recurso natural: SUELO

Es la capa más superficial de la corteza terrestre, que resulta de la descomposición de las rocas por los cambios bruscos de temperatura y por la acción del agua, del viento y de los seres vivos.

Uno de los principales recursos que brinda la naturaleza al hombre es el suelo, ya que en él crecen y se desarrollan las plantas, tanto las silvestres como las que se cultivan para servir de alimento al hombre y los animales.

La formación de los suelos depende de un largo y complejo proceso de descomposición de las rocas, en el cual intervienen factores físicos, químicos y biológicos. La interacción de estos, como factores ecológicos, provoca la desintegración de los minerales que, unidos a los restos de animales y plantas en forma de materia orgánica, originan el suelo.

Los seres vivos intervienen en la destrucción de la roca madre y, además de los agentes climáticos, toman parte en la mezcla de sustancias del suelo, en su distribución horizontal, y añaden a éste materia orgánica. Las sustancias de desecho de animales y vegetales, así como los propios cuerpos de estos al morir, son las únicas fuentes de materia orgánica del suelo, la cual proporciona a éste algunos componentes esenciales, lo modifica de diferentes modos, y hace posible el crecimiento de fauna y flora variadas, que de otra manera no podrían existir.

Además, la materia orgánica incorporada al suelo almacena mayor cantidad de energía, obtenida del Sol por la fotosíntesis, que la materia inorgánica a partir de la cual se sintetizó. Por consiguiente, los seres vivos contribuyen a la formación del suelo aportando no solo materiales, sino también energía, tanto potencial como cinética.

La presencia de distintos tipos de minerales, las variaciones climáticas, la altura sobre el nivel del mar, la latitud geográfica y otros factores, determinan una gran variabilidad de los suelos, la cual se manifiesta en las características físicas y químicas de estos.

Para evitar la degradación de los suelos es necesario:

- Restituírles, por medio de la fertilización, los nutrientes que van siendo extraídos por las plantas o que son arrastrados por las aguas.
- Evitar las talas y los desmontes desmedidos, así como las quemadas, fundamentalmente en las laderas.
- Preparar los surcos, en zonas de alta pendiente, en forma perpendicular a estas, de manera que el agua, al correr, no arrastre el suelo.
- Proporcionar al suelo la cobertura vegetal necesaria para evitar la erosión.
- Evitar la contaminación que provoca el uso indiscriminado de productos químicos en la actividad agrícola.

EL SUELO, UN RECURSO NATURAL QUE DEBEMOS CUIDAR

Desde cuando el hombre se dedicó a la agricultura contó con un recurso natural imprescindible que nunca le puso precio: El suelo. Esa delgada capa que separa la corteza terrestre del paisaje, dejó de ser ilimitado manto de fertilidad para convertirse en un recurso natural que se agota. Formar un suelo demora muchas generaciones... destruirlo demora una generación o menos.

En los trópicos húmedos se necesitan doscientos años para que se forme un suelo a partir de una base arenosa. Se calcula que cada centímetro de suelo se forma en un lapso de cien a cuatrocientos años. Por lo tanto, los suelos productivos que sostienen la agricultura tardaron entre tres mil y doce mil años para serlo.

Para un mundo cuya población creció, entre 1950 a 1990, de dos mil millones a cinco mil millones de habitantes; y que de mantener la actual tasa de crecimiento tendrá para, el año 2000, seis mil millones; en el 2025 la población será de ocho mil millones aproximadamente. En el año de 1980 unos

quinientos millones de los habitantes del tercer mundo estaban gravemente desnutridos; se calcula que para el año 2000 esta población habrá de aumentar en un cincuenta por ciento. ¿Será suficiente la tierra para su sustento?

A medida que la población aumenta, la capacidad de los suelos para sostener a las poblaciones disminuye, ya sea por erosión o desertificación, o porque las tierras se han dedicado a otros usos... como desarrollo urbano, por ejemplo.

Henry Ahlgren afirma: "El suelo es lo primero: Suelo degradado, vida degradada; buen suelo, vida digna. La base de la producción agrícola, sustento de vida, es el conocimiento del suelo".

En suelos degradados, median poblaciones raquíticas; hombres y mujeres, niños descalcificados. En muchos suelos del mundo se presentan deficiencias de nutrientes, entre ellos el cobre; en los humanos, la falta de este elemento produce anemia y ha sido asociada con enfermedades cardiovasculares y con el metabolismo del colesterol. También el cáncer ha sido asociado con desequilibrios en la nutrición del hombre, por ejemplo en el Norte de Gales, se relaciona su incidencia con el contenido de materia orgánica del suelo. Otras investigaciones han revelado que los niveles de zinc, cobre, cobalto y cromo están relacionados con el cáncer de estómago; incluso en África Ecuatorial hay un área con el nombre de "Cinturón Linfoma", en la cual se representa notablemente esta problemática; en África del Sur, en suelos pobres de rocas sedimentarias, el cáncer de esófago se ha propagado entre la gente de color. En Colombia hay una zona en el Departamento de Nariño con incidencia de cáncer, cuyo origen podría tener causas similares.

La reunión de Roma del Consejo del Pnuma en 1981 alzó su voz de aliento: La ciencia actual proclama que los suelos degradados pueden rehabilitarse; los fértiles, mejorarse aún más; y los erosionados, frenarse pues son la antesala del desierto.

La política mundial de suelos señala metas para promover la ciencia del suelo y su aplicación al estudio, vigilancia, conservación, rehabilitación y manejo de las tierras arables del planeta. Para este fin se plantea la creación de una conciencia mundial de la difusión de las ciencias y la tecnología del suelo, porque la batalla del suelo debe ganarse en la mente del hombre.

El día en que los agricultores del mundo comprendan que el valor real de sus tierras depende de los pocos centímetros de capa vegetal que las cubre; el día en que los legisladores y hombres de gobierno se convenzan de que la economía nacional se sustenta en el suelo, del cual dependen la contextura, la salud y el bienestar del pueblo. Sólo ese día se podrá imponer una política de suelos, ya que en ellos se apoya una clase agrícola próspera, capaz de proveer alimentos, promover exportaciones y ofrecer mercado de consumo a la industria.

Estamos comprometiendo nuestra existencia en la medida en que no participemos en la preservación o en la destrucción del suelo, el cual es la fuente de nuestro sustento. Es necesario unificar las actividades de los organismos de investigación para reorientarlas y poner énfasis en las implicaciones que el mal uso y la explotación de los suelos pueden traer al bienestar y a la salud del hombre.



El artículo publicado en

http://lunazul.ucaldas.edu.co/downloads/3dd34878Revista4_5.pdf

Muestra que la problemática relacionada con el cuidado del suelo está presente en la agenda política mundial. Investiga que se hace en nuestro país al respecto.



En FORRAJES han analizado las propiedades y composición del suelo. Realizar una planilla que permita visualizar esos datos.

Recurso natural: CLIMA

El clima es el conjunto de los valores promedios de las condiciones atmosféricas que caracterizan una región. Estos valores promedio se obtienen con la recopilación de la información meteorológica durante un periodo de tiempo suficientemente largo. Según se refiera al mundo, a una zona o región, o a una localidad concreta se habla de clima global, zonal, regional o local (microclima), respectivamente.

El clima es un recurso natural que afecta a la producción agraria. Su influencia en un cultivo determinado depende de las características de la localidad geográfica y de las condiciones de producción. El objetivo de conocer el clima es incrementar la capacidad del sector agrario para comprender y responder al mismo, con el fin de reducir la incertidumbre de los agricultores ante decisiones afectadas por factores meteorológicos.

El Servicio Meteorológico Nacional (SMN) es el organismo encargado de proporcionar información sobre el estado del tiempo a escala nacional y local en nuestro país. El Servicio Meteorológico Nacional, depende de la Comisión Nacional del Agua (CNA), la cual forma parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).



En FORRAJES han analizado factores y datos climáticos. Realizar una planilla de cálculo que permita ver las variaciones climáticas del mes, para presentar luego los gráficos correspondientes.

¿Cuál fue la temperatura máxima del mes? Y ¿La mayor helada?
¿Promedio de lluvias?



El Servicio Meteorológico Nacional posee una página <http://www.smn.gov.ar>. ¿Cuáles son los datos que puedes obtener en ella?

Observa los datos correspondientes al clima de la Provincia de Buenos Aires en [http://es.wikipedia.org/wiki/Buenos_Aires_\(provincia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Buenos_Aires_(provincia)). Analiza si los datos consignados concuerdan con los relevados anteriormente.

Recurso natural: AGUA

El agua es el más importante de todos los compuestos y uno de los principales constituyentes del mundo en que vivimos y de la materia viva. Casi las tres cuartas partes de nuestra superficie terrestre están cubiertas de agua.

El agua es una sustancia muy abundante en nuestro planeta. La forma como mas la conocemos es como un liquido incoloro. El agua forma parte de los océanos mares, lagos y ríos. También se encuentra en las cañerías de agua potable; en las nubes, de donde cae en forma de lluvia, en el interior de la tierra, de donde la sacamos a través de pozos. El agua también esta en otros lugares, como nuestro cuerpo, las plantas, las rocas, etc.

Recurso natural: FLORA

Se denomina flora al conjunto de plantas de la Tierra o de una región.

Las asociaciones de plantas en una zona dada, y reconocibles por su fisonomía se conocen como vegetación o formaciones vegetales o comunidades vegetales. Se reconocen seis tipos de formaciones vegetales principales:

- **Bosque:** comunidad vegetal caracterizada por especies maderables de regular a gran tamaño, además de variadas especies menores.
- **Matorral:** comunidad vegetal conformada por árboles bajos y enmarañados, con muchas especies espinosas.
- **Sabana o arbustal:** comunidad vegetal conformada por árboles y arbustos esparcidos con mezcla de hierbas.
- **Pastizal:** comunidad vegetal conformada por hierbas, especialmente gramíneas.
- **Semidesierto:** comunidad vegetal de carácter árido con plantas arbustivas y suculentas.
- **Desierto:** áreas áridas con nula o muy escasa vegetación adaptada a la escasez de agua.



Las plantas dependen estrechamente de las condiciones ambientales, especialmente los factores climáticos y el agua.

En http://www.indec.gov.ar/default_cna2002.htm Podrás observar los distintos tipos de cultivo por provincia. Realizar un listado de los mismos.



¿Cuáles son los recursos forrajeros de la zona? Observar si estos recursos coinciden con los expresados en la página observada anteriormente. Realizar un informe en base a los datos recogidos en FORRAJES donde brevemente se expliquen las especies forrajeras, los verdeos estacionales y praderas.

UNA OFERTA QUE CRECE

Lucas Villamil

En semillas forrajeras las empresas brindan hoy amplias opciones para recomponer los campos tras la seca.

A pesar de la difícil coyuntura, el 2009 podría ser un año interesante para las empresas de semillas forrajeras, que comienzan a percibir un crecimiento en sus ventas, aunque impulsadas por un factor negativo: la sequía, que diezmó los planteos productivos, ahora obliga a producir nuevo forraje, en muchos casos desde cero.

Joaquín Gonzalez Bonorino, de Gentos, cuenta que está viendo una demanda creciente. "La intención de implantación de verdeos invernales es buena. Las pasturas de rotación corta o anuales han tenido un buen consumo y se ha manifestado una buena intención por parte del productor tambero o ganadero para sembrar recursos anuales", asegura.

Gentos está impulsando una cebadilla perenne llamada Bromus Perenne Halcon, que tiende a darle mayor duración a una especie que normalmente tiene un comportamiento anual o bianual. "Se trata de un material que ha funcionado muy bien en zonas con falta de agua. Con la inclusión de cebadilla buscamos agregarle dos años más de producción de materia seca a las pasturas, donde normalmente el aporte dura hasta el segundo año", explica Bonorino.

Desde la semillera Produsem, con base en Pergamino, confían en la tecnología de punta. En esa línea, destacan las virtudes de Super Monarca, una variedad sintética de alfalfa que presenta un buen nivel productivo con alta estabilidad de rendimiento. Es que la alfalfa vuelve a convertirse, sostienen, en un recurso estratégico para los planteos ganaderos, tanto de carne como de leche.

"Esta variedad es recomendada especialmente para la producción de carne o leche en condiciones de secano en toda la región pampeana. También se recomienda su utilización para la confección de reservas forrajeras en condiciones de secano o regadío en todas las áreas alfalferas del país", explica Enrique Linares, gerente general de Producers.

Al igual que las otras firmas, esta empresa pergaminense arrancó el año con un buen nivel de ventas. "En contra de lo que imaginábamos, estamos vendiendo un volumen de entre un 15 y un 20% mayor que el año pasado", señala Linares.

Otra reconocida compañía del mercado, Barenbrug, liberará este año 14 cultivares nuevos. Los principales son la nueva línea de festucas Barenbrug y el Raigrass HQ, primer producto de un programa de mejoramiento genético que apunta a obtener materiales de mejor valor nutritivo sin perder las características de adaptación de las distintas especies. La empresa también presenta dos alfalfas nuevas, un nuevo melilotus, y dos cultivares de pasto ovinillo. Juan Bologna, responsable de marketing de la compañía, afirma también que "es clave recomponer la base forrajera tras la sequía".

Por su parte, Guillermo Thisted, de la firma Gapp, cuenta que están presentando una variedad de mijo perla que es una fuente de forraje para zonas semiáridas que se comporta mejor que el sorgo forrajero en situaciones de estrés hídrico. "Este año, por la sequía y la mala producción, la oferta es bastante limitada y la demanda es bastante alta, ya que muchas pasturas se han perdido y hay una necesidad altísima de tener alimento. La situación no es nada grata, pero nosotros no podemos hacer otra cosa que seguir apostando", comenta Thisted.

"Los números del tambo son muy justos, por lo que tienen que apostar a la mejor tecnología disponible para hacer más eficiente la producción y que el resultado sea positivo", agrega.

Todos coinciden en que este año aumentará considerablemente la siembra de pasturas, pero será necesaria una buena planificación por parte de los productores.

"Es bueno que quien vaya a sembrar pasturas comience a planificar y arranque el proceso, porque demorar eso no va a traerle ninguna ventaja", dice González Bonorino. "Las pasturas sembradas en años anteriores vieron afectado su potencial productivo en un 50%. Es decir que los productores, necesariamente, tienen que recomponer su base forrajera", agrega Bologna.

En RURAL en <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2009/03/21/r-01881465.htm>

Recurso natural: FAUNA

Conjunto de animales que viven en una zona o región determinada. La fauna se divide en dos grandes grupos: los invertebrados (que son la forma más antigua y primitiva de vida animal) y los vertebrados, que se subdividen en peces, anfibios, reptiles, aves, mamíferos.

Desde, el siglo XVIII hasta el presente, la fauna bonaerense ha ido en constante disminución. El avance de los cultivos y de las ciudades, así como la persecución del hombre, han puesto en serio peligro de extinción a la fauna terrestre. Hace un siglo, la región estaba poblada por una rica variedad de especies.

Debido al avance de los cultivos, las especies autóctonas fueron disminuyendo hasta llegar a la extinción en algunos casos. Entre los animales que abundaban en la región hasta la llegada de la era agropecuaria, se encontraban los ciervos, venados, guanacos, gatos monteses, matacos, zorros grises, zorrinos, mulitas, nutrias, lagartos verdes, víboras, tortugas, pumas, hurones y peludos entre otros. El hombre ingresó algunas especies exóticas, como le gorrión, la liebre europea, la rata, gamo y otras. Estos mismos animales desplazaron a los pájaros indígenas y a pequeños roedores. Las aves que predominan son las palmípedas y zancudas, propias de medios acuáticos. De algunas regiones vecinas, llegaron a estos territorios especies como la comadreja overa, el halcón caracolero y el águila pescadora.



Analiza la información existente en http://www.indec.gov.ar/default_cna2002.htm referida a la actividad pecuaria de la región.

Plagas

El concepto de plaga ha evolucionado con el tiempo desde el significado tradicional donde se consideraba plaga a cualquier animal que producía daños, típicamente a los cultivos. Actualmente debe situarse al mismo nivel que el concepto de enfermedad de forma que debe entenderse como plaga a una situación en la cual un animal produce daños económicos, normalmente físicos, a intereses de las personas (salud, plantas cultivadas, animales domésticos, materiales o medios naturales); de la misma forma que la enfermedad no es el virus, bacteria... sino la situación en la que un organismo vivo (patógeno) ocasiona alteraciones fisiológicas en otro, normalmente con síntomas visibles o daños económicos.

Se pueden encontrar:

- Plaga de langostas
- Plagas forestales
- Plagas médicas

La palabra “plaga”, en la agricultura se refiere a todos los animales, plantas y microorganismos que tienen un efecto negativo sobre la producción agrícola, y

son un hecho de la vida agrícola. Las plagas prosperan si existen una fuente concentrada y confiable de alimento, y, desafortunadamente, las medidas que se utilizan normalmente para aumentar la productividad de los cultivos (por ejemplo, el monocultivo de las variedades de alta producción, el cultivo múltiple mediante la reducción o eliminación de los suelos descansados, el uso de los fertilizantes, etc. crean un ambiente favorable para las plagas. Por eso, en cualquier agro sistema efectivo, se requiere el manejo inteligente de los problemas de las plagas).

En sentido amplio, el concepto de plaga se refiere a cualquier ente biótico que el hombre considera perjudicial a su persona o a su propiedad. En consecuencia, existen plagas de interés médico, tales como los vectores de enfermedades humanas (zancudos, chipos, etc.); plagas de interés veterinario, tales como, las pulgas y las garrapatas y las plagas denominadas agrícolas que afectan las plantas cultivadas así como los productos vegetales ya sean frescos o almacenados.



¿Sabías que existen empresas que se dedican a la comercialización de insectos para la polinización biológica de los cultivos? Visitar http://www.biosur.es/lucha_integrada/plagas/trips/introduccion.htm



1. De acuerdo a lo visto en FORRAJES, realizar una presentación con las principales plagas y sus respectivos controles y tratamientos. Y en GANADERÍA ¿encuentran las mismas plagas? Justificar.
2. Visitamos los sectores correspondientes a los talleres de Ganadería, Forrajes y Mecánica Agrícola y realizamos en procesador de textos una tabla con los distintos recursos renovables encontrados.

El plano de la empresa

El plano de la empresa es uno de los datos más simples, y a la vez más útiles para el productor o el administrador agropecuario. El plano, además de servir como referencia, tiene diferentes e importantes usos para el aprovechamiento de la tierra. Ayudará mucho cuando se contemplen las mejoras que deberán introducirse en el esquema de la empresa agropecuaria. Puede mostrar lugares cuyas distancias a los campos de cultivo sean susceptibles de acortarse, cercas y potreros que sean posible de rectificar. Puede mostrar además lugares en donde se requieren inmediatas operaciones de conservación de la tierra como bordeos, terrazas o el trazo de curvas a nivel.

Para la preparación del plano de la empresa, es conveniente, que las medidas que se tomen sean lo más exactas posibles.



En el texto “**Administración aplicada a empresas**

agropecuarias”, de Chiavenato y ots. Existe información acerca de la manera de elaborar un mapa de una empresa agropecuaria.

Luego de su lectura, realizar el mapa de la Escuela Agropecuaria considerando el método propuesto.

EL FACTOR DE PRODUCCIÓN TRABAJO

Es la medida del esfuerzo hecho por los seres humanos

La mano de obra podemos clasificarla en: a) Población económicamente activa (población que efectivamente integra el mercado de trabajo. Se obtiene restando del total de personas en edad de trabajar a aquellas que se dedican a actividades domésticas no remuneradas, estudiantes, etc.). Se puede clasificar en: trabajadores calificados (aquel trabajador que no puede ejercer sus funciones sin un determinado período de aprendizaje) y no calificados. b) Población ocupada (se diferencia del concepto anterior por excluir a los desempleados).



Ingresar a <http://www.indec.gov.ar/> Leer la información que se presenta en las distintas tablas.

Considerar los datos que figuran en **Ocupados por Calificación de las Ocupaciones**, ¿qué opinan al respecto? Realizar un gráfico de barras que muestre dicha situación.

La organización del factor trabajo

La función de organización consiste en establecer o asignar responsabilidades a los recursos humanos para que lleven a cabo un objetivo, dentro de actividades predeterminadas.

“El administrador está obligado a tomar las medidas que permitan que cada individuo dentro de la organización contribuya de la mejor forma posible a la obtención de los objetivos”. (Koontz y O’Donnell, 1973)

A los individuos se les asignarán otros recursos y a su vez responsabilidades. El proceso de planificar y luego organizar la actividad es claro cuando una empresa se inicia. Pero cuando se está en una empresa en marcha, surge el problema de la confusión de etapas y funciones.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) es el organismo público, de carácter técnico, que unifica la orientación y ejerce la dirección superior de todas las actividades estadísticas oficiales que se realizan en el territorio de la República Argentina.

Al iniciar la empresa se puede decir que cantidad de recursos va a necesitar, y una vez hecho esto se ejecuta. En los próximos años ya se está trabajando

sobre una actividad y ya existe una organización y por ende una estructura y la planificación va a estar condicionada por lo existente, lo resuelto previamente.

La organización que se diseñe deberá responder a los objetivos estratégicos, operativos y tácticos que fueron previamente definidos. De lo contrario las estructuras vigentes estarían condicionando el planeamiento estratégico.



Para obtener mayor información sobre planeamiento estratégico visitar

http://www.educar-asesorar.com.ar/pdf/plan_estr.pdf

En la actualidad las organizaciones o estructuras tradicionales se encuentran en crisis. Están en situación de cambio y adaptación a nuevos contextos de la realidad. Las estructuras tradicionales, rígidas y piramidales de tipo militar, se contraponen por su exceso de normativas a la libertad, a la creatividad y a la innovación. En los altos niveles se nota que hay que dejar márgenes de libertad y a medida que se va bajando de niveles la normativa puede ser mayor.

En todo tipo de empresa coexisten dos tipos de organizaciones: una que se denomina formal y otra informal.

La organización formal es aquella organización que establece el empresario o la dirección. La organización informal es aquella que no está establecida por las pautas sino por una serie de vínculos o relaciones como pueden ser los contactos sociales, contactos políticos, familiares, etc. Lo importante de la organización informal es conocerla y usarla en función de la empresa.

En toda actividad, incluida la agropecuaria, suelen existir estructuras informales que tienen más peso o poder que las formales. En la República Argentina, la mayoría de las empresas agropecuarias son del tipo familiar, en consecuencia esta clase de problemática es preponderante.

Retorno al caso introductorio

¿Qué se observa con respecto al factor trabajo en la empresa EL GANADO S.A?, ¿se valoriza su trabajo?, ¿interfieren los factores familiares? ¿Menciona las estructuras informales? Justificar las respuestas.

Las empresas familiares

Un rasgo predominante en este tipo de empresas es la existencia de una familia dedicada a la actividad de la misma, la cual, en alguna generación ha sido fundadora. Así también, una organización se considera empresa familiar cuando ha estado íntimamente identificada por lo menos durante dos generaciones con la familia, o cuando esta vinculación ejerció una influencia mutua sobre la política de la empresa y sobre los intereses y objetivos de la familia.

La interferencia de los factores familiares en la toma de decisiones es muy importante, inclusive tenemos el ejemplo de grandes empresas argentinas donde la estructura formal prevalece en los cuadros intermedios, pero en los niveles superiores interactúa con fuerte gravitación con los lazos familiares.

Recomiendo la lectura de las conclusiones de los miembros CREA en el tema "Sociedad Familiar"

1. La empresa familiar es difícil por su origen. Los miembros no se buscaron entre sí. No existen roles ni aportes predeterminados.
2. La empresa debe ser causa de unión familiar y no de discordia al analizar los motivos.
3. El trabajo de los miembros debe ser autoevaluado con humildad. Nadie es imprescindible. Cada uno hace su esfuerzo y juntos avanzan.
4. El parentesco da derecho a dividendos y la aptitud en el trabajo da derecho a remuneración.
5. El afecto es prioritario. No debemos someterlo a injusticias distributivas.
6. Buscar la eficiencia desesperadamente. La ineficiencia quiebra primero a la empresa y luego a la familia.
7. Disenso. Único medio para lograr lo mejor. Dudar de la unanimidad rápida.
8. Tener comunicación permanente y fluida. Que sea frontal. (sin ser agresiva).
9. No postergar la solución de los problemas personales. No se puede convivir con ellos.
10. Tener objetivos claros, Respetando la escala de valores de cada uno pero haciendo llegar a la empresa un objetivo único ya elaborado
11. La disolución no es fracaso. Puede ser el renacer de la empresa y de la familia.
12. Hacerles ver la realidad a nuestros hijos. No influir en su vocación. Prepáralos para que sean participativos.
13. Cada empresa es un mundo. Todo lo analizado no pretende dar soluciones. Solo pretende ayudar a detectar algunos problemas.



Leer en Empresa Agraria y sus contratos de Negocios de Susana Formento el análisis que se realiza acerca del Empleo de la mano de obra familiar agraria. Realizar una conclusión para exponer al resto de los grupos.



Realizar un breve informe que permita observar los efectos que generó la movilidad social, tema abordado en Historia, en la composición de las empresas agropecuarias de la región en la actualidad.

El contrato de trabajo

Hay relación de trabajo cuando una persona realiza actos, ejecuta obras o presta servicios a favor de otra, dependiendo de ésta en forma voluntaria y mediante el pago de una remuneración. Este puede ser escrito o no. Cuando el contrato no es escrito se entiende que rigen todas las condiciones de la Ley de Contrato de Trabajo.

La libreta del Trabajador rural es un documento personal, intransferible y probatorio de la relación laboral. Es de uso obligatorio en todo el país para los trabajadores permanentes, temporarios y transitorios que cumplan tareas en la actividad rural.

Pueden celebrar contrato de trabajo los menores desde los 18 años, los menores emancipados y los mayores de 14 años autorizados por sus padres. Los menores de 14 años a 18 años que desarrollen una actividad en relación de dependencia, se presumen suficientemente autorizados por sus padres o representantes legales.

Todo contrato de trabajo se entiende realizado por tiempo indeterminado, salvo que en forma expresa y por escrito se determine su duración, que las modalidades de las tareas o de la actividad así lo justifiquen y que no sean realizados en forma sucesiva.



La ley de Contrato de Trabajo establece todo lo relativo a la validez, derechos y obligaciones de las partes. En <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/25552/texact.htm>

Quienes realizan actividades en el sector agrario rigen su contrato de trabajo por la Ley 22248 de Trabajo Agrario.



Leer en www.defensor-alejo.com.ar/legis_web/nac/trab_agrario.htm y analizar los principales aspectos abordados.

El registro nacional de trabajadores rurales y empleadores

El Registro Nacional de Trabajadores Rurales y Empleadores (RENATRE) es un Ente Autárquico de Derecho Público no Estatal en el que deben inscribirse todos los empleadores y trabajadores rurales del país. Entre las atribuciones más importantes, este Registro, es el encargado de expedir la Libreta del Trabajador Rural, de administrar el Sistema Integral de Prestaciones por Desempleo y de fiscalizar el cumplimiento de la ley vigente, la cual tiende a evitar el desarrollo del trabajo rural en negro.



Ingresa en <http://www.renatre.org.ar> e investiga acerca de las funciones que cumple.



Buscar información en <http://www.cpcecba.org.ar/media/download/comisiones/laboral/LIBRETADELTRABAJADORRURAL.pdf> acerca del contenido que debe tener la libreta del Trabajador Rural.



En <http://www.afip.gov.ar> podrás obtener tu clave fiscal.



Las empresas agropecuarias analizadas ¿realizan contratos de trabajo? Realizar un registro que permita observar cuantos empleados poseen libreta del trabajador Rural. En caso de no contar con ella, averiguar si conocen sobre su existencia y finalidad.

El sistema de riesgos del trabajo agrario

El trabajo agrario está considerado como muy riesgoso, los índices de accidentología se encuentran levemente por debajo de la construcción y por encima de la minería. Por lo tanto, el sector dispone de una reglamentación especial que establece los elementos de seguridad que deben disponer los establecimientos, determina la organización del trabajo y de capacitación del personal. Asimismo, describe el manejo de los agroquímicos y las características de seguridad de las máquinas.

Las ART son organizaciones de carácter privado, responsables de ejercer la función de control del cumplimiento de las normas establecidas en el reglamento de Higiene y Seguridad en la Actividad Agraria por parte de las empresas afiliadas. Además las aseguradoras asesoran sobre la normativa y deben suministrar información acerca de los productos químicos y biológicos.

EL FACTOR DE PRODUCCIÓN CAPITAL

Capital es la cantidad de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular.

Tipos de capital

Composición del capital fijo, capital circulante, capital constante y capital variable.



- **Capital circulante o capital de rotación:** es el invertido en elementos que se transformarán en el curso de la producción; y cambia sucesivamente de forma, siendo materias primas, productos elaborados, créditos, fuerza de trabajo, etc. Se consumen en cada producción de bienes y deben ser repuestos constantemente.
- **Capital fijo:** instalaciones y maquinarias, con carácter permanente a la producción. No son consumidos por cada bien producido, sino que poseen un desgaste progresivo y tarde o temprano deben ser repuestos.
- **Capital constante:** es la inversión en materias primas y maquinarias que se usan en la producción. Incluye al capital fijo. Se denomina tal porque el valor de cambio de dichos bienes se mantiene constante en el producto final, es decir, su valor se "traslada" al valor del bien producido.
- **Capital variable:** es el que se cambia por trabajo, es decir el invertido en salarios a los trabajadores, con el que se retribuye el valor de la fuerza de trabajo. Se llama variable porque, al ser el trabajo humano el único bien económico que crea más valor que su propio gasto, "varía" el valor del producto final, es decir, el valor de la fuerza de trabajo se "traslada" al valor del bien producido.

El inventario

Un inventario permite registrar la existencia de bienes muebles e inmuebles que tiene la empresa para comerciar con ellos, comprándolos y vendiéndolos tal cual o procesándolos primero antes de venderlos, en un período económico determinado.



Teniendo en cuenta el modelo, realizar el inventario de los sectores: FORRAJES, MAQUINARIA AGRÍCOLA y GANADERÍA.

INVENTARIO N°: EFFECTUADO CON FECHA:			
	CONCEPTO		

NÚMERO O
REFERENCIA

ELEMENTOS
PATRIMONIAL
ES

CANTIDADES
PARCIALES

CANTIDADES
TOTALES

Financiamiento de Capital

Las empresas pueden lograr fondos para su crecimiento del mismo modo que los propietarios individuales, es decir, obteniendo préstamos o créditos de las instituciones financieras o reinvertiendo las ganancias, esto es, autofinanciándose. Por la forma de disponer de la financiación ajena hay que distinguir entre créditos y préstamos. En el caso de los préstamos, la empresa recibe de forma inmediata el total de la financiación concedida, de la que, en algunos casos, se le descuentan los intereses. Por el contrario, la empresa que recibe un crédito retira, dentro del límite máximo acordado, los fondos que precisa, pudiendo realizar varias disposiciones y reintegros de manera que sólo paga intereses por los fondos que realmente ha utilizado.

Al margen de esta posibilidad, las sociedades anónimas pueden también emitir acciones y obligaciones. Cuando una sociedad vende participaciones en forma de acciones, potencialmente acepta un nuevo socio, puesto que cada acción representa una fracción de la propiedad de la sociedad.

Alternativamente, la empresa puede obtener fondos mediante la venta de bonos u obligaciones con lo cual no se aumentará el número de nuevos accionistas. Una obligación representa una deuda para la empresa, pues de hecho es una parte proporcional de un préstamo concedido a la empresa emisora y supone para ésta una obligación legal expresa de pagar intereses periódicos y de devolver el valor de emisión principal al poseedor, cuando llegue su vencimiento.

Autofinanciación:	Recursos financieros generados por la propia empresa.
Financiación ajena	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="font-size: 3em; margin-right: 10px;">{</div> <div> Préstamos Créditos Obligaciones (para grandes sumas de dinero) </div> </div>

La Financiación de la empresa

Operaciones y servicios bancarios

Operaciones pasivas

Conformadas por aquellas operaciones por las que el banco capta, recibe o recolecta dinero de las personas.

Las operaciones de captación de recursos, denominadas operaciones de carácter pasivo se materializan a través de los depósitos. Los depósitos bancarios pueden clasificarse en tres grandes categorías:

- cuentas corrientes
- Cuenta de ahorro
- Depósito a plazo fijo.

Las cuentas corrientes son movilizables en cualquier momento y, por tanto, son totalmente líquidos. La cuenta corriente puede ser movilizada mediante cheque. Los depósitos a plazo, pueden ser movilizables antes del vencimiento del plazo, a cambio del pago de una comisión, que nunca puede ser superior en importe al montante de los intereses devengados. Estos depósitos, dependiendo del tipo de cuenta, pagan intereses.

Interés: La tasa de interés representa el valor de disponer de dinero en un determinado plazo de tiempo.

Hay dos tipos de tasa de interés: la tasa de interés pasiva y la tasa de interés activa.



Investigar en

<http://www.sitiosargentina.com.ar/notas/2009/febrero/como-utilizar-chequera.htm> como se debe utilizar una chequera.

Operaciones activas

La colocación permite poner dinero en circulación en la economía; es decir, los bancos generan nuevo dinero del dinero o los recursos que obtienen a través de la captación y, con éstos, otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que los soliciten. Por dar estos préstamos el banco cobra, dependiendo del tipo de préstamo, unas cantidades de dinero que se llaman intereses (intereses de colocación) y comisiones.

Prestación de servicios

- En la actualidad, el cambio en las necesidades de las empresas, familias e instituciones, ha reconducido la actividad bancaria orientándola a los servicios, que se convierten en su principal fuente de ingresos por la reducción de margen de intermediación. Los medios de pago (tarjetas, cheques, transferencias), garantizar el buen fin del comercio

- Dependiendo de las leyes de los países, los bancos pueden cumplir funciones adicionales a las antes mencionadas; por ejemplo negociar acciones, bonos del gobierno, monedas de otros países, etc. Cuando estas actividades las realiza un solo banco se denomina banca universal o banca múltiple.

Independiente de los tipos de bancos, éstos permiten que el dinero circule en la economía, que el dinero que algunas personas u organizaciones tengan disponible pueda pasar a otras que no lo tienen y que lo solicitan. De esta forma facilita las actividades de estas personas y organizaciones y mejora el desempeño de la economía en general.

Clases de banco

Según el origen del capital:

Bancos públicos: El capital es aportado por el estado.

Bancos privados: El capital es aportado por accionistas particulares.

Bancos mixtos: Su capital se forma con aportes privados y oficiales.



1. Realizar una base de datos que permita obtener información acerca de los bancos existentes en la ciudad y los servicios que prestan.
2. Confeccionar un cheque respetando los requisitos para su emisión.

EL PLAN DE NEGOCIOS PARA PEQUEÑAS UNIDADES PRODUCTIVAS

El plan de negocios es el documento en el que se detalla la planificación de un nuevo proyecto empresarial.

El armado de un Plan de negocios tiene distintas etapas:

- Análisis de la oportunidad del negocio
- Estudio de la viabilidad del negocio:
 1. Desde el punto de vista técnico: ¿existen los materiales necesarios para elaborar un producto, la gente capacitada, etc.?
 2. Desde el punto de vista económico ¿qué resultados se pueden obtener?
 3. Desde el punto de vista financiero ¿qué capital se necesita para empezar, cómo manejar el crédito al comprar y vender?

- Creación de la estrategia necesaria para convertir esa oportunidad en una realidad empresarial.

Para armar un **Plan de negocios** es preciso delimitar ciertas situaciones fundamentales. Es útil recurrir a una técnica de preguntas básicas.

- **¿Quién?**

¿Quiénes son las personas que elaboran el proyecto?

- **¿Qué?**

¿Qué producto o servicio se está proyectando?

¿Qué mercado se desea conquistar?

¿Qué porción del mercado se desea conquistar?

¿Qué margen de utilidad se desea obtener?

- **¿Cómo?**

¿Cómo se planea llevar adelante el proyecto?

- **¿Dónde?**

¿Dónde se venderá el producto?

- **¿Cuándo?**

¿Cuándo se puede comenzar?

- **¿Cuánto?**

¿Cuánto se piensa vender?

- **¿Por qué?**

¿Por qué se inicia esta actividad?

La elaboración de un **Plan de negocios** es importante porque:

- a. Permite estudiar en detalle el proyecto que se va a emprender
- b. Al analizar la viabilidad del proyecto, responde a la pregunta fundamental: ¿vale la pena llevar a cabo el proyecto, o no?
- c. Sirve como carta de presentación ante las instituciones de crédito o para conseguir socios.
- d. Una vez implementado el proyecto, sirve como herramienta para evaluación y control.

LA IMPORTANCIA DEL NOMBRE EN LA EMPRESA

Se debe considerar cuidadosamente la elección del nombre de su empresa, tendrán que vivir con el mismo por un largo tiempo. El nombre debería dar a la gente una idea de la naturaleza del negocio y debería también proyectar la imagen que se quiere tener. Los nombres pueden ser simples, sofisticados y hasta graciosos. Escoger un nombre que crecerá con el negocio y que no será un limitante en el futuro.

Junto con el nombre, muchos negocios también diseñan un logo, o símbolo gráfico del negocio. Como el nombre, el logo debe ser diseñado cuidadosamente para que proyecte la imagen que se quiere que el negocio proyecte.

Si el nombre del negocio incluye su apellido, tal vez no sea necesario registrarlo. Sin embargo, si el nombre elegido no contiene los apellidos de todos los dueños, deberán registrar el nombre ficticio de su negocio. Esto será también necesario si el nombre del negocio implica la existencia de otros dueños, con palabras como, "y Compañía", "y Asociados" o "e Hijos".



Visitar <http://www.laflecha.net/articulos/comunicacion/como-elegir-un-logotipo-poderoso-y-duradero/>, aquí encontrarán asesoramiento en cuanto a los criterios a considerar para la confección de un logotipo.



Responder:

1. ¿Qué es una organización?
2. La construcción de un edificio ¿de qué sector es actividad?
3. La venta de cereales ¿es una actividad del sector secundario o terciario?
4. ¿Cuáles son las tareas fundamentales de las empresas?
5. Citar ejemplos de recursos no renovables.
6. ¿Qué se entiende por inventario?
7. ¿Cuáles son los principales factores de producción que utilizan las siguientes actividades: agricultura, pesca, actividad financiera?
8. Dar ejemplos de empresas Pequeñas y grandes existentes en la ciudad.
9. ¿Cuáles son las funciones básicas del Indec?
10. ¿Cuáles son los beneficios que aporta el sistema bancario a las empresas?

Términos Fundamentales

Organización	Lucro	Interés
Empresa	Rentabilidad	autoridad
Recursos	Tierra	Cheque
Trabajo	Capital	asociativismo
Renovable	Planeamiento	inventario
Financiamiento	Créditos	Patrimonio

Seminario



El municipio de su ciudad ha decidido alentar a “Jóvenes Emprendedores” para la puesta en marcha de distintos Proyectos Productivos Agropecuarios relacionados con la GANADERÍA o con la producción de FORRAJES. Se les dará prioridad a aquellos proyectos que se aboquen a recuperar determinadas especies (animales y vegetales), que por diferentes causas dejaron de producirse en la zona.

El Municipio dispone de predios en el Parque Industrial, los que serán otorgados a quienes presentes Proyectos viables, durante un plazo de 5 años sin que deban abonar alquiler. A partir de esa fecha se les otorgará posibilidades para adquirir el predio o bien alquileres accesibles.

Por otra parte, el mismo Municipio proveerá de los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, siempre que los montos solicitados no excedan los montos estipulados para cada rubro. Este dinero, deberá ser devuelto al municipio, en cuotas, a partir del 1er. Año de puesta en marcha de la empresa. La cantidad de cuotas surgirá de un acuerdo entre las partes en el momento de la firma del contrato.

La tarea del grupo

Siguiendo los distintos pasos de la toma de decisiones deberán:

- a. Detectar cual es el problema
- b. Proponer soluciones
- c. Evaluar alternativas y seleccionar la que consideren más factible
- d. Fundamentar la selección
- e. Presentar en el seminario.

BLOQUE TEMÁTICO 2

USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS

Objetivos de aprendizaje

- Reconocer la diversidad de intereses y condicionantes que se plantean a la hora de aprovechar los recursos naturales.
- Explorar la noción de uso sostenible de los recursos naturales a través de un caso práctico: Cambios en el parque recreativo Tres Picos.
- Analizar la idea de uso eficiente de los recursos naturales y aplicarla en ejemplos de la vida cotidiana.
- Utilizar los programas informáticos para la investigación, toma de datos y producción de información.

Lo que se verá mas adelante

- Formas de organización del trabajo y la producción
- Modelo productivista
- Modelo agroecológico

Caso introductorio

El Parque Recreativo Tres Picos tiene una amplia zona de servicios sanitarios para satisfacer la demanda durante los fines de semana. En el pasado se habían instalado sensores para mantener el flujo de agua continua en los orinales una vez que se abrieran las puertas de los baños. Este sistema conllevó a un excesivo consumo de agua. Luego de una auditoría se decidió instalar un temporizador en los sensores de modo que estos no pudieran ser vaciados con una frecuencia menor a 2 minutos. Este cambio ahorró cerca del 90 % del consumo de agua en los orinales, lo que se tradujo en un ahorro de 600.000 galones de agua en el año. ¿Consideran que esta medida incidirá en el uso eficiente de los recursos a nivel país?

AGOTAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES

La historia del petróleo ha sellado en el mundo las épocas industriales, inclusive la evolución de la tecnología militar. Desde su descubrimiento en los Estados Unidos en 1859 hasta hoy, el petróleo ha servido para calefacción e iluminación, para combustible de los automóviles y de los buques de guerra. Con la finalización de la era del carbón, el mundo desarrollado comenzó a vivir con el petróleo una nueva época económica y social. Además, el petróleo ha

sido la causa de las guerras provocadas por el dominio de su mercado y de sus fuentes o de sus reservas, en cualquier lugar que se encuentren.

A su vez, la falta de alimentos y de agua provoca la falta de saneamiento y salud para los pueblos e incluso muertes por hambre; y el calentamiento global provocará la desaparición de poblaciones enteras del mundo.

Estamos en presencia de una interrelación intensa de problemas:

- 1) El agotamiento del petróleo y su consecuente aumento de precio internacional,
- 2) La falta de alimentos y a su encarecimiento,
- 3) La escasez de agua para alimentación y saneamiento que sufren poblaciones enteras y, sin duda,
- 4) El calentamiento de la tierra.

Y cada vez resulta más difícil aislarlos para buscar soluciones lineales, porque se trata de una crisis bastante generalizada que exigirá cambios esenciales en la organización económica y social.

Para terminar con esta problemática tan difícil, e iniciar una nueva, se necesita un cambio socio-cultural profundo, que tenga en cuenta un uso eficiente de los recursos naturales, y que deje de lado consumismos irracionales, si es que no se quiere provocar faltantes de energía, agua y alimentación en los países donde reside la mayor parte de la población mundial.

Los recursos naturales, fundamentales para el progreso de la empresa agropecuaria

Los factores naturales y sus diversas peculiaridades definen el cuadro físico general dentro del cual el administrador agropecuario de la empresa escoge actividades y decide cómo utilizar los recursos de la explotación.

Cinco son las principales formas de importancia en que los recursos físicos pueden influir en los ingresos, costos y beneficios de la empresa agropecuaria:

- a) Determinan en gran medida la adaptabilidad de los cultivos y sus diversos empleos, así como su rendimiento y por medio de ellos los ingresos brutos que también influyen en los procedimientos y precios de venta.
- b) Regulan la tecnología, los métodos y el manejo de las operaciones en el campo y con el ganado; la naturaleza y cantidades de recursos que deben aportarse a la producción, así como los costos de producción.
- c) Pueden plantear problemas especiales que exigen medidas atenuantes o métodos definidos de dirección técnico - administrativas como

nivelación, rotación de cultivos forrajeros, programas zootécnicos, etc. Estos requerimientos implican la aportación de otros recursos y costos más elevados.

- d) Pueden imponer los requisitos para la administración técnica de la explotación del ganado por medio de la regulación del pastoreo, los piensos, estabulación y otros procedimientos.
- e) Están estrechamente relacionados con la determinación de las temporadas y épocas de producción y recolección, y por lo tanto, con los métodos de comercialización y precios.

Es fácil ver que las peculiaridades propias de los recursos físicos tienen importancia para el administrador agropecuario, y que se expresan en grados variables de dominación en las decisiones que se refieren a actividades, tecnología, métodos, mejoras y equipo, así como necesidades de capital.

EL USO EFICIENTE DE LA ENERGÍA

El uso eficiente de la energía es la medida más efectiva, a corto y mediano plazo, para lograr una reducción significativa de las emisiones de CO₂ y de otros gases de efecto invernadero.

No es solamente el medio ambiente quien se beneficia de una mayor eficiencia en la cadena de producción, transformación, transmisión, distribución y uso final de la energía sino también el usuario y la sociedad en su conjunto.



Leer la experiencia en

<http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/SENSIBILIZACION/CATALOGO/INDICE/28.PDF>. Reflexionen acerca de la posibilidad de realizar experiencias como esta en la ciudad.

¿Qué es la eficiencia energética?

Se entiende por **eficiencia energética** (o el uso eficiente de la energía) como una función de las conductas individuales y de la racionalidad con que los consumidores utilizan la energía. De este modo, la eliminación de los consumos innecesarios o la elección de equipos más apropiados para reducir el costo de la energía, contribuye a disminuir el consumo individual sin disminuir la satisfacción personal obtenida de los servicios que ella le presta.

Sin embargo, conviene señalar que medidas individuales que hacen más eficiente energéticamente una vivienda o una industria no implican eficiencia energética a nivel de país, ya que muchas veces dichas medidas pueden que no tengan ninguna visibilidad nacional.

Es derecho de los usuarios y de las personas en general, ser informados sobre cómo satisfacer sus necesidades energéticas y sobre las prácticas o pautas de

consumo y técnicas y procedimientos racionales que están disponibles en el mercado para atender dichas necesidades.

Al Estado le corresponde garantizar que los usuarios conozcan efectivamente las mejores formas de hacer uso eficiente de la energía y que los bienes que usan la energía, sean elaborados con las técnicas más eficientes que están disponibles en el mercado.



Busquen información en los distintos sectores productivos acerca de la energía que consumen. Responder:

- 1- ¿Realizan actividades para usar eficientemente la energía?
- 2- ¿Cómo usan la electricidad y cuánto?
- 3- ¿Qué hábitos detectan en el uso de combustibles?

¿Qué puedes hacer para usar eficientemente la energía?

Diversos hábitos de ahorro energético pueden ser incorporados por los ciudadanos en sus hogares para consolidar la Eficiencia Energética.

¿Cuáles son los beneficios?

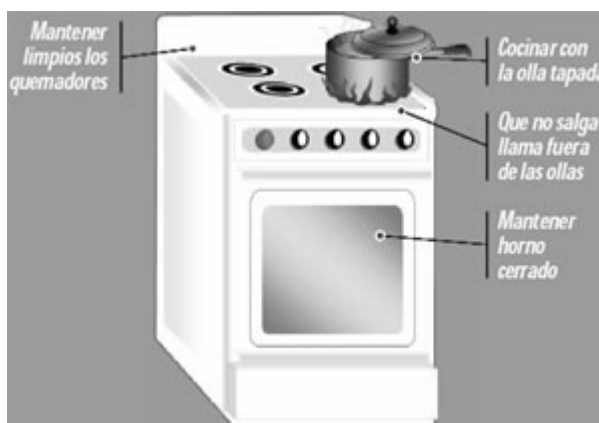
- Reduce los gastos en energía de las familias, de las empresas y del país.
- Reduce el impacto de tus hábitos de consumo sobre el medio ambiente.
- Mejora la calidad del aire, reduce la contaminación y los daños sobre la salud.
- Reduce los costos de producción, y así mejora la competitividad de las empresas.

EN EL HOGAR...

Calefacción en el hogar:

a) Ajusta bien las puertas y ventanas utilizando materiales aislantes como silicona en las ventanas antes de que llegue el invierno.

b) Mantén las **ventanas y puertas bien cerradas** cuando utilices calefacción. Durante el día abre puertas y ventanas para tener un ambiente limpio y seco.



c) Elige un **sistema de calefacción adecuado al área que debes calefaccionar**, de lo contrario siempre funcionará en su máxima potencia y no va a temperar adecuadamente el ambiente, lo que en definitiva no ahorra.

d) Si es posible invierte en cristales o ventanas dobles.

e) Utiliza la luz natural lo más que puedas.

Agua Caliente:

a) Utiliza termos para conservar el agua caliente, ahorrarás tener que calentar agua cada vez que la necesites.

b) Si utilizas agua caliente en la ducha o en el lavamanos, intenta regular su temperatura desde el calefón según la estación en que estés. La práctica de regular la temperatura del agua caliente con el agua fría, exige al calefón a su máxima potencia y gasta inútilmente.

c) Apagar el piloto cuando no uses el calefón, todas las noches.

d) En las lavadoras de ropa, el ideal para la ropa y para tu bolsillo es no utilizar agua caliente. Los detergentes actuales logran excelentes resultados con agua fría.

e) Hacer una mantención periódica de tu calefón, al menos una vez al año, antes de invierno para aprovechar su mayor potencia útil.



Utilización de equipos en el hogar u oficina:

- a) Si tu trabajo lo realizas mediante el uso de computadoras apaga la pantalla si va a salir por más de ½ hora.
- b) El apagar y/o desenchufar luces y aparatos que no se están utilizando puede generar entre un 15% y un 20% de ahorro.
- c) Si vas a utilizar lavadoras, secadoras de ropa o lavavajillas automáticas utiliza carga completa y siempre limpia los filtros de los artefactos que uses, una vez que termines su uso, sobre todo en el caso de las aspiradoras y secadoras.
- d) Si cocinas, no abras el horno, averigua en recetarios cuanto es el tiempo de cocción y el nivel de temperatura para tus comidas favoritas, utiliza tu experiencia y olfato, al abrir el horno pierdes en segundos cerca de un 30% de la temperatura acumulada.
- e) Si tienes un automóvil asegúrate de que los neumáticos del mismo están correctamente inflados y evita detenciones bruscas y aceleradas. Una velocidad constante es la más eficiente.
- f) Ilumina adecuadamente los espacios de tu hogar y oficina pero investiga previamente sobre cuales son las recomendaciones de niveles lumínicos mínimos y máximos de los distintos espacios para descansar, trabajar o compartir. Infórmate además de las oportunidades que ofrecen tiendas y fábricas especializadas en lámparas compactas, que aunque un poco

más caras que otras dan: el mismo o mejor servicio, con ahorros que se acercan a veces a un 80% y que en general tienen una mayor vida útil.
g) Todos los equipos enchufados, consumen energía.

EN EDIFICIOS PÚBLICOS Y EMPRESAS...

1. Apagar equipos que no se están usando
2. Evitar filtraciones por puertas y ventanas
3. Dividir los circuitos de iluminación y aprovechar la luz natural
4. Separar ambientes de alta y baja circulación, para aprovechar mejor la calefacción
5. Controlar filtraciones y renovación de aire por los extractores en los baños
6. Plantar árboles de hoja caduca en patios: disminuyen radiación y dejan pasar luz y calor en invierno
7. Pintar cielos y paredes de colores claros
8. Realizar aseo y mantenimiento de sistemas de iluminación y climatización de la gestión y la realidad tecnológica, a fin de diseñar un plan de eficiencia de acuerdo a cada caso.

EN LAS INDUSTRIAS...

1. Controlar el uso de equipos y motores eléctricos en horas clave.
2. Optimizar el ciclo del vapor (redes mal aisladas, calderas en mal estado y fugas de vapor en proceso)
3. Dimensionar y mantener correctamente trampas de vapor (separadores de fase vapor-Líquido)
4. Reducir de presión de trabajo en compresores de aire.

DESDE EL GOBIERNO...

1. Elaboración de una guía para el uso eficiente de la energía
2. Programa de **etiquetado obligatorio** para las heladeras, lámparas y otros artefactos.
3. Incorporar **luminarias eficientes** en el alumbrado público,
4. Integrar criterios de **eficiencia energética en las adquisiciones del Estado**,
5. Nueva **reglamentación térmica para viviendas**.
6. Todo esto de la mano de una campaña de sensibilización ciudadana.



Leer la propuesta que se encuentra en **Programa País de Eficiencia Energética y Programa Chile Sustentable** en http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2006-12-18.7650530977/documentos_pdf.2006-12-18.9456026642



Leer atentamente el siguiente párrafo:

“El desacoplamiento entre el crecimiento económico y la demanda energética, producido en gran medida por la introducción de políticas de eficiencia energética motivadas por la escasez de recursos y el cuidado del medio ambiente, ha generado la idea intuitiva de que existe un vínculo entre el crecimiento económico sostenible de una nación y la aplicación de políticas de eficiencia energética, dicho de otro modo, el uso eficiente de la energía, sería uno de los factores que encaminan a las naciones hacia el desarrollo sostenible”.

Opinar al respecto y exponer.

El artículo siguiente se encuentra en



<http://www.fundacion-antama.org/noticia/el-uso-eficiente-de-los-recursos-naturales-necesita-tanto-de-la-ecolog-como-de-la-biotecnolo>

Luego de leerlo, opinen al respecto.

El uso eficiente de los recursos naturales necesita tanto de la ecología como de la biotecnología”

Mar, 01/07/2008 –



El calentamiento global y el cambio climático están haciendo que sectores como la agricultura vean mermados recursos tan esenciales para su producción como el agua. Para analizar esta situación, el Foro de Biotecnología de Plantas de la Región de Murcia ha organizado para el próximo ocho de julio una mesa redonda sobre las ‘Posibilidades de la biotecnología para aumentar el uso eficiente del agua en la agricultura’. La jornada nace con el objetivo de estimular y contribuir al desarrollo de la biotecnología

vegetal a través de los centros de investigación de la región de Murcia.

La mesa redonda contará con invitados españoles y extranjeros de prestigio internacional quienes darán su visión acerca de las posibilidades que la biotecnología vegetal puede ofrecer para integrarse con las prácticas agronómicas y maximizar el uso eficiente del agua. Fundación Antama ha podido conversar con Francisco Pérez Alfocea, miembro del departamento de nutrición vegetal del CEBAS-CSIC y coordinador del evento, quien nos ha esbozado unas breves pinceladas del amplio panorama que se abordará en la jornada.

¿Es necesario educar para lograr un uso eficiente del agua en la agricultura?

Creo que va a ser cada vez más imprescindible educar para un uso eficiente de todos los recursos en todos los ámbitos de la vida. En un mundo en continuo crecimiento que cada vez demanda mayor cantidad de recursos, y donde éstos son más escasos o de disponibilidad cada vez más incierta, el 'producir más con menos' va ser el desafío al que se enfrentará la sociedad y los que intentan gobernarla. Obviamente, el agua y la agricultura es el ejemplo más claro de todos ya que está en la base de la existencia misma de la civilización.

¿Son conscientes los agricultores de la importancia de este recurso?

En determinadas zonas donde el recurso escasea, no hay duda de que el agricultor está concienciado de lo importante que es este recurso ya que de él depende su propia supervivencia. El agricultor sólo necesita que la tecnología esté a su lado y a su alcance para poder utilizarla. Se debe establecer un flujo eficiente de información entre las instituciones científicas, políticas y organizaciones de agricultores, que es bastante limitada. La educación es la clave, pero a nivel global, no local.

¿La agricultura ha de adaptarse a estas nuevas condiciones climatológicas?

La agricultura es el segundo sector económico con mayor producción de gases invernadero, por delante del sector del transporte y sólo por detrás de la industria eléctrica. Es por tanto un factor importante en el cambio climático y por ello debe serlo también en su solución. La solución es compleja, ya que al mismo tiempo que tiene que aumentar la producción de alimentos para una cada vez mayor y más exigente población mundial, la agricultura no sólo tiene que disminuir su contribución al cambio climático, sino que tiene que adaptarse a sus consecuencias. El desafío se llama 'agricultura sostenible' y 'producir más con menos'.

¿Qué aporta la biotecnología a esta nueva situación?

Dentro de la solución compleja que se plantea en la agricultura frente al cambio climático, sin sacrificio de la producción, la biotecnología podría jugar un papel esencial. Para algunos países esta contribución puede ser marginal pero para otros va a ser clave para su supervivencia. La ciencia debe hacer un enorme papel en la educación de los poderes públicos que tienen capacidad de decisión y sobre la sociedad en general.

¿Algún ejemplo concreto?

Imaginemos un trigo que consume la mitad de agua y fertilizantes que uno normal y que además sea capaz de soportar sin morir un mayor período de ausencia de lluvias. ¿Contribuiría o no a la adaptación al cambio climático sin sacrificio de la producción? Pues esa tecnología ya está disponible y aplicándose en determinados países. El uso eficiente de los recursos naturales necesita tanto de una agricultura ecológica como de la biotecnología. Todo el conocimiento disponible debe ser integrado para aumentar la sostenibilidad del sistema agrícola, y ecológico y biotecnológico no deben ser incompatibles porque de hecho no lo son y tendrán que aprender a convivir.

¿Hay suficiente apuesta actualmente por la ingeniería genética?

Aunque en Europa estamos todavía lejos de aceptar los cultivos modificados genéticamente más por cuestiones políticas que reales, en otros países como Estados Unidos, Argentina, Brasil, China, India o Australia, la apuesta a favor es clara. Las grandes compañías del sector mantienen a la ingeniería genética como una herramienta clave para el desarrollo de cultivos que se adapten mejor a las consecuencias del cambio climático. De hecho, muchas de ellas ya tienen diferentes cultivos en fases avanzadas de ensayo en campo y algunas tecnologías están siendo transferidas de forma gratuita a determinados países en desarrollo en los que el impacto del cambio climático sobre la producción de alimentos es alarmante.

¿Hay objetividad en el tratamiento de la biotecnología?

En absoluto. En primer lugar hay que decir que las técnicas biotecnológicas son variadas y que no todas ellas suponen modificaciones genéticas artificiales que son las que tienen mala prensa, pero estas tecnologías apenas trascienden. No tiene sentido producir transgénicos comerciales si no aportan ningún beneficio, pero el consumidor debe ser consciente de que el riesgo que conlleva consumir el transgénico es igual que el de consumir el natural, ni para él ni para el medio ambiente, mientras que los beneficios pueden ser muy importantes, quizá no de forma directa, pero sí a través de un uso más eficiente de los recursos. Imagine un tomate tradicional y al lado uno que ponga modificado genéticamente y además añada en la etiqueta 'producido con la mitad de agua y un tercio menos de nitrógeno que el tomate normal' y además a mitad de precio. Sería 'el tomate transgénico-ecológico' lo cual no es ningún contrasentido.

¿A qué se debe la mala prensa que la rodea?

La mala prensa se debe a las informaciones sesgadas e interesadas de grupos de presión. Lo que sí tiene cada vez una base científica más sólida es la ausencia de efectos negativos tanto para el medio ambiente como para la salud humana. En realidad, los únicos estudios serios son los que demuestran que no hay efectos negativos significativamente diferentes a los de los cultivos tradicionales. Que es malo destruir el Amazonas para cultivar soja transgénica está claro, pero el efecto no sería menor utilizando soja convencional. Al contrario, podría ser mayor, al requerir mayor cantidad de fertilizantes y pesticidas que no son necesarios en el caso de las variedades biotecnológicas. Lo tradicional y lo biotecnológico tendrán que convivir.

Una apuesta de futuro en el uso del agua en la agricultura....

Educación, solidaridad, tecnología y compromiso político y social. Los cultivos biotecnológicos irán aceptándose conforme vayan ayudando a resolver problemas graves, y el del agua no es de los menos, pero antes hay que aportar otras soluciones.



Si quieren obtener más información sobre la problemática pueden visitar: "Venezuela impulsa uso eficiente de recursos naturales" y dejar un comentario en <http://www.fedglp.org/venezuela-impulsa-uso-eficiente-de-recursos-naturales>

También es interesante la publicación en El Libertario. Com, periódico de Jujuy “Menores serán aliados en el uso eficiente de recursos hídricos y energéticos en Atacama”. <http://www.ellibertario.com/2008/03/18/menores-seran-aliados-en-el-uso-eficiente-de-recursos-hidricos-y-energeticos-en-atacama/>.

18 de Marzo, 2008 | La Región

Menores serán aliados en el uso eficiente de recursos hídricos y energéticos en Atacama

La campaña lanzada en escuelas chilenas, busca un cambio cultural desde la familia.

Chile. *En la Región de Atacama el recurso hídrico es escaso, por lo que tomar medidas para evitar el derroche de energía no es una sencilla opción sino que es prácticamente una obligación. Es por esto que se ha considerado a los niños y niñas de la región, como los mejores aliados para sensibilizar a las familias en el uso responsable y eficiente del agua y de la energía. En este aspecto, autoridades realizaron el lanzamiento oficial de la campaña “Cambio cultural en el uso de los recursos hídricos y energéticos”.*

La actividad, que se realizó en el Jardín Juan Pablo II de la Junji, estuvo encabezada por la intendenta de Atacama, Viviana Ireland Cortés, y contó con la participación de las directoras de Junji, Marcia Quezada; e Integra, Patricia Delgado, y los directores de la SEC, Arnoldo Orellana; Sernac, Miguel Vargas; y Conama, Plácido Avila.

Dada la situación de escasez de los recursos hídricos y energéticos que vive el país, la campaña tiene como objetivo abordar un segmento muy importante de la población, para que sean los niños y niñas quienes repliquen en los hogares, generando cambios culturales importantes en la utilización de los recursos dentro de las familias.

“La idea es avanzar progresivamente en los diferentes jardines infantiles porque ya existe un grupo importante de educadoras trabajando en este tema y debemos reforzar el trabajo hacia la familia, de tal manera de sensibilizar a toda la comunidad respecto a la escasez y a lo importante que es que todos contribuyamos a cuidar estos recursos”, explicó la intendenta.

Viviana Ireland recordó que el Gobierno Regional tiene una meta de reducción en el consumo de energía eléctrica por cada servicio, “ojalá podamos superar esa meta que nos hemos puesto, fundamentalmente son las mismas medidas que le estamos pidiendo a la comunidad: Ahorrar lo más posible”, dijo. La autoridad agregó que para la próxima semana se efectuarán reuniones con los diferentes municipios para coordinar el ahorro en el alumbrado público. La campaña “Cambio cultural en el uso de los recursos hídricos y energéticos” es liderada por la Mesa Regional de Eficiencia Energética, que coordina la seremi de Economía.

Esta mesa ha incorporado en su trabajo el área prevención y educación, donde han sido invitadas Junji e Integra, que asumieron el compromiso de incorporar esta temática en sus programas educativos. Para ello, SEC y Sernac se comprometieron a impartir talleres a las educadoras de ambas instituciones, quienes harán el traspaso de estos conocimientos a los párvulos, de una manera adecuada a su edad.

El problema de falta de agua se hace latente en la Región de Atacama, sobre todo en la provincia de Copiapó, territorio que las autoridades decretaron “Zona de escasez de agua” y con ello extremar las medidas de mitigación que ya se habían adoptado frente a este tema. La Dirección de Aguas trabajará con la Junta de Vigilancia del río con el fin de detectar zonas de conflictos o extracciones ilegales a lo largo de la cuenca.
Fuente: Diario El Día



Luego de la lectura de los artículos periodísticos investiga si en nuestro país existe algún programa para lograr el uso eficiente de la energía. Comentar los resultados obtenidos. Posteriormente leer el artículo siguiente, obtenido en

<http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-118752-2009-01-23.html>

¿Cuál es la opinión del grupo?

Página 12. Viernes, 23 de Enero de 2009

Hacia un uso racional de los recursos

Por Daniel Filmus *

Dentro de dos años las lamparitas incandescentes darán lugar definitivamente a las de bajo consumo. En el marco del plan de ahorro de recursos energéticos, fue publicada en el Boletín Oficial la Ley 26.473, que prohíbe la importación y comercialización de lámparas incandescentes de uso residencial general en todo el país, a partir del 31 de diciembre de 2010. Como presidente de la Comisión de Ambiente y Desarrollo Sustentable del Senado de la Nación, celebro la promulgación de esta norma, que avanza hacia una política de uso inteligente de los recursos naturales.

En este sentido, es un hecho auspicioso la ampliación del convenio con Cuba, a partir del cual ese gobierno enviará 2.600.000 lámparas de bajo consumo que se sumarán al convenio suscripto recientemente, cuando Argentina compró a Cuba unos cuatro millones de esos focos como parte del plan de ahorro de energía impulsado por el Gobierno.

La nueva norma, que apunta a un uso racional de la energía como modo fundamental de preservar el medio ambiente para las generaciones venideras, implica al mismo tiempo un cambio de conducta y una modernización tecnológica imprescindible para avanzar hacia el manejo responsable de los recursos en la generación de energía. Celebro entonces, también, la firme decisión del gobierno argentino de sostener esta política energética eficiente aunque enfrente intereses económicos poderosos, que normalmente están en juego en los procesos de modernización y reemplazo de tecnologías.

Se estima que entre el 12 y el 26 por ciento del consumo mundial de energía eléctrica se utiliza en iluminación. En nuestro país se calcula que es alrededor del 25. Por ello, el cambio de luminarias incandescentes por lámparas de bajo consumo es la medida más rápida y redituable para minimizar el uso de

energía eléctrica, ya que éstas consumen en promedio 4 veces menos y tienen una vida útil entre 5 y 10 veces mayor que las incandescentes.

Resulta importante destacar que las inversiones necesarias para el cambio de luminarias no implican un gasto adicional significativo y, además, el gasto es amortizado en poco tiempo y se obtienen beneficios y ahorros considerables.

La generación de energía eléctrica a partir de combustibles fósiles (petróleo, carbón y gas) produce a nivel mundial aproximadamente el 61 por ciento del total de los gases de efecto invernadero (GEI). En la Argentina, las emisiones de GEI también provienen principalmente de este sector, que representa aproximadamente el 47 por ciento del total. Por esta razón debemos reducir de manera significativa nuestras emisiones de GEI. Según los especialistas, la promoción del uso eficiente de la energía es una de las medidas más efectivas que se pueden adoptar a corto y mediano plazo para lograr reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) y de otros gases de efecto invernadero. Argentina es uno de los países de Latinoamérica con más emisiones de CO₂ per cápita.

Como antecedentes de acciones similares en otros países del mundo podemos citar, entre otros, los casos de Canadá, Australia, Irlanda, Venezuela, Cuba y Nicaragua, los cuales ya han establecido una fecha límite para la prohibición de la venta de lámparas incandescentes.

Por otra parte, según los cálculos realizados por Greenpeace, el ahorro anual, con un fuerte programa de reemplazo de luminarias en el sector residencial, puede ser de 4200 GWh, casi el doble de los que produce la Central Atómica Atucha I.

Este gobierno nacional tiene como propósito el uso eficiente de la energía teniendo en cuenta que la mayor parte proviene de recursos naturales no renovables. Implementando esta política el objetivo es, además de la conservación de la energía y la reducción de los costos, la preservación del medio ambiente para nuestros hijos.

Por tal motivo, es necesaria la participación y la sumatoria de esfuerzos de las instituciones públicas y privadas para potenciar el logro de resultados en materia energética. El sector público asumió su función ejemplificadora ante la sociedad e implementó el uso racional y eficiente de la energía en los edificios de la Administración Pública Nacional, entre otras medidas.

El éxito de las políticas de eficiencia energética requiere la generación de profundos cambios estructurales basados en la modificación de conductas individuales, realizando un uso inteligente de los recursos y sin pasar privaciones temporarias.

Argentina debe avanzar en dirección hacia lo que debe ser una política seria de eficiencia energética, para construir entre todos un modelo sustentable que nos permita una mejor calidad de vida en la actualidad y un mundo habitable para las futuras generaciones.

Uso eficiente del agua

La cantidad de recursos hídricos de los que dispone un país es importante, pero no lo es menos el uso eficiente que de ellos se haga. Los datos ponen de manifiesto que no existe una verdadera conciencia de ahorro de agua en

nuestro país, pero además, y lo que es más grave, es que tenemos la capacidad para hacer un buen uso de nuestros recursos hídricos.

El Índice de pobreza del agua demuestra que no es la cantidad de recursos disponibles la que determina los niveles de pobreza en un país, sino la capacidad para gestionarlo, y la capacidad la da el dinero. Por ello, el agua se convierte en un factor fundamental para acortar la diferencia entre ricos y pobres. Y es que 6.000 personas mueren cada día por patologías relacionadas con el agua.



Uso eficiente del agua y del saneamiento en

<http://www.watergymex.org/contenidos/pdf/Mexico-ANEAS.pdf>



Podrás visitar el sitio

http://www.cyii.es/cyii.es/web/gestion_agua/uso_eficiente.html para observar una película realizada que apunta a lograr el uso eficiente del agua.



El uso eficiente del agua es una problemática que afecta al mundo, lean el artículo publicado en

<http://www.agua.org.mx/content/view/489/108/>. Realicen un comentario en el mismo.

DESARROLLO SUSTENTABLE

El concepto de Desarrollo Sustentable sostiene que el crecimiento de un país o región debe ser equitativo y sostenible en el tiempo incorporando dos aspectos nuevos a la idea de desarrollo: una preocupación por la calidad (y no sólo la cantidad) del crecimiento, y además un interés en asegurar un medioambiente sano para las generaciones futuras.

De esta manera, la eficiencia económica hoy en día no puede ser medida por un sólo indicador, por lo tanto, a fin de caracterizar en forma más adecuada el desempeño económico de una nación se evaluará no sólo el nivel de actividad económica a través de la evolución del PBI, que representaría la dinámica de crecimiento, agregando otras variables asociadas a la calidad de este crecimiento, lo que exige introducir algunos parámetros de competitividad en un sentido amplio. Ello implica introducir la sustentabilidad ambiental para caracterizar el comportamiento de las naciones en relación a su medio ambiente.

Actualmente, los países industrializados y en desarrollo presentan distintos grados de avance en cuanto a la aplicación de políticas para su implementación, aunque se puede decir que ningún país sigue cabalmente el camino de la sustentabilidad, con todo lo que ello significa. Sin embargo, en los países más industrializados se aplican indicadores que, analizados en forma conjunta, permiten medir sus avances en el desarrollo sustentable. Estos indicadores son:

El PBI es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Producto se refiere a valor agregado; interno se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía; y bruto se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital.

- * **Producto Nacional Bruto (PNB)**, que mide el crecimiento de la economía pero no toma en cuenta la degradación o destrucción de los recursos naturales;
- * **Consumo de energía per cápita**, que mide el estado de desarrollo industrial del país y la cantidad de carbono que contribuye al calentamiento global;
- * **Tasa de mortalidad de menores de 5 años**, que mide la salud general y refleja el acceso a la salud, niveles de nutrición, educación y estado socio-económico general, midiendo así problemas ambientales;
- * **Tasa de fertilidad**, que mide el desarrollo humano al relacionar salud y bienestar de las mujeres.

Alcanzar la meta del desarrollo sustentable implica avanzar lo más simultáneamente posible en sus cuatro dimensiones: económica, humana, ambiental y tecnológica.

Como **estrategia de desarrollo** requiere manejar los recursos naturales, humanos, financieros y físicos con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para todas las personas y, al mismo tiempo, velar porque el consumo actual acompañado de una degradación de los recursos - suelo, bosques, pesca y energía - no afecte el bienestar de las generaciones futuras.

El actual modelo de desarrollo económico no sólo ha provocado la degradación de recursos tan importantes para el hombre como son el suelo, el agua, el aire, los recursos marinos, forestales y energéticos. También ha contribuido a aumentar la pobreza y separar aún más la brecha que divide a los países más ricos de los más pobres. La principal **meta del desarrollo sustentable** es la calidad de vida basada en una armonización de las políticas económicas, sociales y ambientales, lo cual implica una cooperación entre los distintos actores de la sociedad.

El camino hacia la sustentabilidad plantea la urgencia de trabajar por el mejoramiento de los servicios de salud y educación y por el bienestar económico de todas las personas. De la misma forma, es importante que la oportunidad de acceder a los bienes y servicios sea en igualdad de condiciones para todos los miembros de la sociedad.

Respecto a los recursos renovables una política de desarrollo sustentable requiere asegurar la disponibilidad de aire limpio, agua limpia, suelo fértil, protección de la biodiversidad y servicios del ecosistema. Algunos de estos recursos tienen valor económico identificable, pero muchos de los sistemas biológicos y físicos que los sustentan, producen y contribuyen a su renovación, están fuera del sistema económico. En el caso de los recursos no renovables, el *índice de reserva de vida* (número de años de producción en tasas anuales actuales que comprueban la conservación de las reservas) indica que las perspectivas son más optimistas en la medida en que ocurran algunas de las siguientes situaciones:

- que disminuya la dependencia de materias primas basadas en la explotación de recursos naturales;
- que se descubran nuevos recursos;
- que surjan perspectivas de sustitución;
- que se inventen nuevos procesos tecnológicos;
- que aumente la proporción de recursos que pueden ser económicamente recuperados.

En términos económicos, los países industrializados utilizan mayor cantidad de recursos naturales y consumen más energía que los países en desarrollo. Estos últimos comprometen sus recursos naturales para lograr una mejor calidad de vida (superar la pobreza, mejorar el acceso a los servicios básicos e igualar los ingresos).

La dimensión humana bajo el concepto de desarrollo sustentable orienta el desarrollo hacia la satisfacción de las necesidades básicas humanas y reasigna los recursos económicos para atender estas necesidades.

La dimensión ambiental se preocupa del cuidado, protección y restauración del medio ambiente, junto con la conservación básica y el uso eficiente de los recursos renovables como son el suelo, el agua y los bosques, base de la economía de los países en desarrollo.

La dimensión tecnológica implica la búsqueda y cambio hacia tecnologías más eficientes en el caso de los países industrializados y el desarrollo de tecnologías más eficientes y limpias en países en vías de rápida industrialización. En los países en desarrollo con economías basadas en la

agricultura, es necesario desarrollar tecnologías apropiadas y de pequeña escala para el incremento de la productividad agrícola.



Analizar lo trabajado hasta aquí considerando los aspectos abordados en Geografía referentes al Problema de los bienes comunes de la tierra. Realizar un breve informe.

Estrategias para alcanzar un Desarrollo Sustentable

Cada país aplica sus propias estrategias de desarrollo sustentable, las cuales dependen de las prioridades asignadas por los gobiernos y la población en su conjunto.

Las estrategias económicas se orientan a reducir y racionalizar sus niveles de consumo de energía y de otros recursos naturales; a cambiar sus patrones de consumo; a utilizar recursos financieros para el desarrollo de tecnologías más limpias y menos intensivas en el uso de los recursos naturales; a comprometer dinero para el continuo mejoramiento de la calidad de vida; a reducir la creciente disparidad en salarios; a desarrollar un sector de producción más eficiente que genere más fuentes de empleo y mayor productividad para el consumo y los mercados locales y regionales.

Las estrategias humanas se focalizan en estabilizar la población y disminuir la migración hacia las ciudades fomentando un desarrollo rural sustentable; adoptar medidas que minimicen las consecuencias de la urbanización; generar políticas de acceso más igualitario a los programas de salud y educación; proteger la diversidad cultural y estimular la participación ciudadana y combatir la pobreza absoluta.

Las estrategias ambientales están enfocadas a conservar la biodiversidad deteniendo la extinción y destrucción de hábitats y ecosistemas; usar con mayor eficiencia las tierras de cultivo; mejorar la calidad del agua y del aire y gestionar adecuadamente los residuos domésticos e industriales.

Por último, las estrategias tecnológicas buscan cambiar a tecnologías más eficientes y limpias, minimizando el consumo de energía y de otros recursos naturales; reducir las emisiones de carbono para limitar el aumento global de gases de invernadero y estabilizar concentraciones de gases en la atmósfera; reducir el uso de combustibles fósiles y sustituirlos con otras fuentes de energía; preservar las tecnologías tradicionales de poca contaminación; apoyar políticas gubernamentales para la rápida adopción de tecnologías mejoradas e instrumentos para acciones que las fomenten. Las estrategias para un desarrollo sustentable pueden apuntar a varias perspectivas tales como:

- * Atender a cuestiones básicas y empezar desde lo local mediante descentralización de las responsabilidades, el compromiso de la comunidad y el cambio de las prioridades.
- * Aplicar un manejo adecuado de los recursos de propiedad pública.
- * Fijar precios adecuados de los recursos (recursos escasos), incorporando el costo de aumento de su suministro (mercados competitivos, incentivos económicos).
- * Mejorar la gestión de la demanda para una mayor eficiencia (co-generación para regulación).
- * Aplicar un diseño de eficiencia para recuperación total (sistemas de tratamiento, procesos industriales limpios, recuperación, reciclaje y reutilización).
- * Modernizar la gestión institucional, especialmente en países en desarrollo, con personal técnico, sistemas de información, mecanismos legales y administrativos para planificación cuando los incentivos racionales son insuficientes (beneficios de gestión y sistemas de control).



Ingresa en

http://www.youtube.com/watch?v=8onRX_X7pkE&feature=related

Allí encontrarás una serie de videos que abordan la problemática tratada: creando conciencia, trabajo en educación ambiental, desarrollo sustentable y otros. Elegir alguno de ellos para analizar y luego exponer considerando lo trabajado en clase.



Teniendo en cuenta que el Desarrollo Sustentable es prioridad a nivel mundial, proponer estrategias para favorecer el uso eficiente de los recursos en los distintos sectores productivos.



Responder:

1. ¿Por qué es necesario educar para lograr el uso eficiente de los recursos?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que se observan en la actualidad?
3. Definir Desarrollo Sustentable
4. ¿Qué mide el PBI de un país?

5. ¿Qué es la eficiencia energética?
6. Enunciar medidas tendientes a lograr un menor consumo de los recursos.
7. ¿La utilización de recursos naturales es igual en países industrializados y en países en vías de desarrollo?
8. ¿Existe conciencia en nuestro país acerca del cuidado del agua?
9. ¿Son conscientes los agricultores de la importancia del agua?
10. La problemática del uso eficiente de los recursos ¿está presente en la agenda política? Justificar

Términos Fundamentales

Eficiencia energética	demanda	hídrico
Crecimiento económico	global	producto
Biotecnología	Desarrollo sustentable	per cápita
Competitividad	ingeniería genética	tasa

Seminario



Considerando el Proyecto Productivo elegido anteriormente, analizar en que medida favorece el Desarrollo Sustentable de nuestra región.

La tarea del grupo

Deberán:

- a. Analizar la problemática, teniendo en cuenta el uso eficiente de los recursos
- b. Proponer medidas para evaluar el uso de los recursos
- c. Fundamentar las elecciones
- d. Presentar en el seminario.

BLOQUE TEMÁTICO 3

FORMAS DE ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO Y LA PRODUCCIÓN

Objetivos de aprendizaje

- Analizar los distintos puntos de vista en cuanto a la organización del trabajo y la producción.
- Describir cada una de las cinco formas de departamentalización.
- Diferenciar entre cadena de mando, autoridad y responsabilidad.
- Analizar los puntos de vista en los modelos productivistas y agroecológicos.
- Explicar cómo se usa la formalización en el diseño organizacional.
- Utilizar los programas informáticos para la investigación, toma de datos y producción de información.

Lo que se verá más adelante

- Los mercados
- Oferta y Demanda
- Diversificación
- Estrategias de Comercialización.

Caso introductorio

Basura Cero es una organización no gubernamental (ONG) que actúa en varios países para reducir el volumen de basura de las ciudades y mejorar la calidad de vida de las personas. Su presidente regional es Elisa Paz, encargada de ampliar las operaciones de la entidad en Sudamérica y aumentar su eficacia y eficiencia. Elisa sabe que no podrá hacer todo sola. Ella necesita de colaboradores voluntarios que nada recibirán a cambio de su trabajo. Sabe también que, por más grandes que sean las contribuciones recibidas como donativos Basura Cero no tendrá recursos suficientes para expandirse a la velocidad e intensidad deseadas. ¿Qué ideas podrían ofre-

FORMAS DE ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

El 'modelo tradicional' de relaciones industriales se ha caracterizado siempre por una clara distribución de áreas de competencia entre el empresario y sus representantes, por un lado, y los trabajadores y los suyos, por otro. Sin embargo, se siente la necesidad de superar el marco del modelo tradicional y

avanzar hacia otro tipo de relaciones, donde la participación conjunta de empresa y trabajadores en cuestiones que afectan a todos sea una realidad.

La estructura organizacional

“La estructura de la organización se define de forma muy amplia como los rasgos de la organización que se utilizan para controlar o diferenciar las partes que la forman”. Los puestos de trabajo son los rasgos más importantes de cualquier organización.

La estructura organizacional es la configuración de actividades que son perdurables y persistentes, por tanto la idea de estructura está asociada a la regularidad. Una vez definido el planeamiento estratégico, los interrogantes que surgen son: ¿cuál es la forma más eficiente de organizar los recursos? ¿Cómo coordinar los esfuerzos de las personas para cumplir con el plan diseñado?

Las respuestas a estos interrogantes surgen realizando un diseño de la configuración estructural, o la forma jerárquica que debe adoptar la empresa.

La estructura es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente.

El análisis de la estructura de una empresa puede hacerse desde lo formal y también desde lo informal. Cuando se ve la división vertical y horizontal del trabajo y su representación, representa un punto de vista **formal**. Lo formal se puede identificar con los aspectos visibles, susceptibles de ser representados y modelados. Algunos ejemplos de representaciones formales son el organigrama para la división del trabajo y los manuales para documentar políticas, procedimientos y funciones. Lo formal es aquello que está oficialmente aceptado en la empresa, como por ejemplo los niveles de autoridad, las normas y procedimientos escritos, etc.

Lo **informal** se puede vincular con lo que no está escrito ni vinculado con modelos de representaciones formales. Son las relaciones personales, la comunicación, los intereses grupales, las relaciones de poder no formales y el manejo de la información, el clima laboral y la estructura empresarial.

Los conceptos de formal e informal se encuentran estrechamente relacionados, y una empresa es el resultado de la suma de ambos componentes.

A la hora de explicar los cambios en la organización del trabajo, y el sentido de los mismos, el argumento más sólido de los que suelen utilizarse quizá sea el de la influencia del mercado. La necesidad de adaptarse a las nuevas condiciones del mercado para poder competir a nivel nacional e internacional,

es lo que estaría produciendo en las empresas tanto los cambios tecnológicos como los organizativos.



Para comprender mejor como organizan el trabajo dentro de las empresas, tomemos como ejemplo la película “En un mundo Libre...”.



La película trata acerca de la manera en que una persona, Angie, decide montar su propia empresa. Loach nos acerca a la realidad y lo hace con una película sobria, de estilo austero, que nos invita a la reflexión y al análisis de las relaciones que se dan en las organizaciones.

Comentamos las conclusiones a las que arribamos.

- **La Organización Formal**

Estructurar una empresa implica realizar tres actividades básicas: Dividir el trabajo, Departamentalizar y definir el grado o alcance del control.

<p>Dividir el trabajo Es separar tareas grandes y complejas en unidades más pequeñas que se asignan a varias personas. Con la división del trabajo se crean los puestos especializados que facilitan la elaboración de productos o servicios. Históricamente la división del trabajo jugó un papel fundamental para el desarrollo de la producción, en especial, en el paso de la cooperación simple a la producción manufacturera</p>	<p>Departamentalizar Es formar áreas o departamentos y puestos que funcionen coordinadamente. Existen varios medios de departamentalización: por función, por producto, por territorio, por cliente.</p>	<p>El grado o alcance del control Es la cantidad de subalternos que un jefe tiene a su cargo. En otras palabras es la jerarquización de la autoridad, señalando sus alcances y sus límites, así como sus ámbitos de competencia.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



En http://www.indec.gov.ar/default_cna2002.htm podrán observar la Gestión Cotidiana de las EAP.



aborda

1. en una Planilla de cálculo cargar los datos observados, elaborar un gráfico comparativo. Analizar si prevalecen las organizaciones formales o no formales, buscando las causas que originan esa situación. Tener en cuenta los conceptos referidos a la temática dos en Historia.



2. Realizar un informe describiendo cada una de las formas de departamentalización, ejemplificar.



Leer el artículo que se encuentra en <http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2009/04/11/m-01895266.htm>

Centralización y descentralización

La centralización describe el grado en el que la toma de decisiones se concentra en un solo punto de la organización. Si los gerentes de alto nivel toman las decisiones clave de la organización está centralizada. En contraste, cuanto más información proporcionen o las decisiones sean tomadas por los empleados de niveles inferiores habrá más descentralización.

A medida que las organizaciones se vuelven más flexibles y sensibles, ha habido una clara tendencia hacia la descentralización de la toma de decisiones.

Explicar cuáles son los factores que influyen en el grado de centralización y descentralización.

La estructura organizacional y los organigramas

Generalmente el instrumento para estructurar es el organigrama. Pero hay empresas pequeñas que aún cuando carecen de éstos no están desorganizadas. Lo importante en estos casos, es que todas y cada una de las personas conozcan perfectamente sus tareas y con quién deben desempeñarlas.

Ventajas de los organigramas

Elaborar organigramas es una tarea especializada; requiere un conocimiento de la organización en su conjunto, de los departamentos, de los puestos, y de sus interrelaciones formales, así como los distintos tipos de autoridad y la autoridad específica en cada departamento. Se le han encontrado las siguientes ventajas:

- Proporcionan una imagen formal de la organización, constituyéndose en una fuente autorizada de consulta con fines de información.
- Indican las relaciones de jerarquía que guardan entre sí los principales órganos de una institución o de una de sus áreas.
- Facilitan al personal el conocimiento de su ubicación y relaciones dentro de la estructura orgánica.
- Ayudan a descubrir posibles duplicaciones, dispersiones o algunas múltiples relaciones de dependencia y de niveles y tramos insuficientes o excesivos.
- En general auxilian en el análisis, conocimiento y diseño de la organización.

Desventajas de los organigramas

- No revelan todas las relaciones formales e informales que son necesarias para desempeñar las funciones de la institución.
- No revelan la autoridad y la responsabilidad real dentro de la organización.
- Fomentan una visión limitada del trabajo de las personas.
- Al señalar clara y rígidamente las funciones, obstaculizan el trabajo creativo, la innovación.

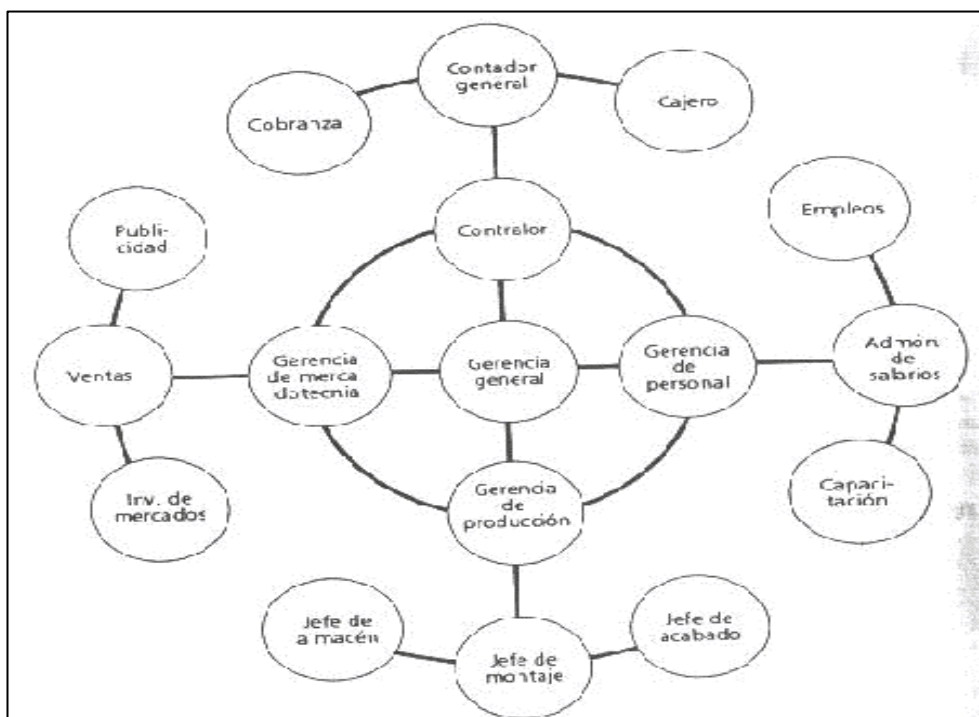


Para ampliar la información referida a organigramas visita

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/

Formas gráficas de los organigramas





Los organigramas son “la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o una de sus áreas y de las relaciones que guardan entre sí los órganos que la integran”.

Retorno al caso introductorio

Asesorar a Elisa Paz con respecto al uso de los organigramas, explicarle los beneficios que aporta a la organización, el uso de dicha herramienta.

La división del trabajo en las empresas agropecuarias

En la actividad agropecuaria, la división del trabajo es imprescindible, y en consecuencia la delegación de tareas es un hecho habitual en toda empresa, es así como se contratan individuos a los que se les delega la ejecución de determinadas tareas: por ejemplo recorredores de hacienda, ordeñadores, capataces, administrativos, encargados de compras, etc.

Cuando debemos considerar el tema de descentralización o centralización de decisiones en la empresa agropecuaria, la decisión dependerá de los objetivos, políticas y estrategias del empresario. Se pueden concebir empresas donde se deleguen las tareas de agricultura y analizar si se descentralizarán algunas

decisiones al respecto o no. Por ejemplo puedo crear un sector agricultura al que delegar la ejecución de las tareas agrícolas, debiendo analizar qué tipo de decisiones le descentralizaré, por ejemplo quien decide qué producción, quien autorizará los presupuestos de compras de insumos (es decir quién decide hacer o no algo, no quien lo ejecuta). Podríamos pensar en que las decisiones de qué producir sean centralizadas, y descentralizar la parte operativa, es decir que el encargado de agricultura sea el que toma las decisiones respecto de los lotes a sembrar, variedad, época, plan de producción, etc. Quizás otro empresario no estaría tan dispuesto a este esquema, centralizando la mayoría de las decisiones, descentralizando solo decisiones menores.

Como dijimos anteriormente, el proceso de delegación no se discute, un problema muy frecuente de empresas agropecuarias es la falta de capacidad para delegar tareas de los empresarios, en algunos casos agravados por procesos consientes de descentralización debido a la falta de delegación de tareas.



Leer el artículo **Las nuevas formas de organización del trabajo - Factores para la potenciación del trabajo**, realizar un comentario.

[www.wikilearning.com/monografia/las nuevas formas de organizacion del trabajo-factores para la potenciacion del trabajo/11632-1](http://www.wikilearning.com/monografia/las_nuevas_formas_de_organizacion_del_trabajo-factores_para_la_potenciacion_del_trabajo/11632-1)



Realizar en un procesador de textos el organigrama que permita observar la estructura de una empresa agropecuaria conocida. Explicar los criterios de departamentalización.

• La Organización Informal

Los grupos de amigos, de juegos y diversiones son ejemplos de grupos informales en la empresa; su función principal es apoyar la ejecución de los planes institucionales. No obstante, a menudo, se constituyen en grupos de presión en contra de los directivos, convirtiéndose en un estorbo para la empresa.

Características de la organización informal

- Son reconocidos y promovidos por la organización formal.
- Son un medio rápido de transmisión de información
- Funcionan como catalizador de las tensiones y problemas emocionales y psicológicos que se generan en el trabajo colectivo.
- Estimulan la ejecución de tareas
- Sus integrantes pueden aportar su experiencia a la solución de los problemas administrativos y técnicos de la empresa.
- Reducen el control, sustituyéndolo por el autocontrol.
- Reproducen los valores culturales que convienen a la empresa.
- Fomentan la autoestima y la automotivación de los trabajadores.

Desventajas de la organización informal

Como decíamos, los grupos informales pueden convertirse en un obstáculo para los fines de la empresa.

1. **Resistencia al cambio.** Actualmente el cambio es parte de la cotidianidad. Los grupos informales son un obstáculo al cambio continuo, puede ser por temor, por tradición cultural, por pereza, por conservar privilegios, o simplemente porque consideran negativos los cambios.
2. **Conflicto de funciones.** Los grupos informales se pueden embelesar con sus fines políticos o de diversión y con ello desentenderse del cumplimiento de su trabajo.
3. **Rumor.** La transmisión de información falsa dentro de los grupos informales puede crear efectos funestos para la empresa: Puede frustrar, desmotivar, o generar violencia.
4. **Conformidad.** Los compañeros pueden impedir el progreso de los demás; pueden ahogar la iniciativa y la creatividad, así como fomentar el bajo desempeño de las funciones.



<http://www.materiabiz.com/mbz/capitalhumano/nota.vsp?nid=32921>

Redes informales de empleados: cuando la realidad no coincide con el organigrama. Leerlo para comentar en clase su contenido.

FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Organizar la producción implica detallar todo el trabajo que debe ejecutarse para alcanzar las metas de la organización de la producción, para que se logren dichas metas sus tareas deben ser establecidas primero.

Es necesario que al organizar la producción se divida la carga total de trabajo en actividades que puedan ser ejecutadas en forma lógica y cómoda por una persona o por un grupo de personas. Conforme crece la producción, se hace necesario agrupar a las personas cuyas tareas guardan relación entre sí.

Producción por montaje: Entre las industrias que trabajan por montaje se cuentan algunas de las actividades productivas de mayor relevancia para la economía actual, principalmente las mecánicas: automóviles, motores, tractores, electrodomésticos, electrónicos, etc.

La producción por montaje se caracteriza por encadenar secuencias de procesos que convergen hacia una línea continua en la que se ensamblan los productos finales.

La propia naturaleza del producto hace que este se vaya ensamblando en sucesivas etapas que convergen hacia un tronco principal: la línea de montaje final. Se configuran así verdaderas redes en las que cada punto de unión es

alimentado por algunos o muchos componentes, dando lugar a una estructura con tiempos asociados.

Las variaciones estacionales afectan disminuyendo la demanda de algunos productos debido a cambios estacionales, por ejemplo las fabricas de ventiladores disminuyen o anulan su producción en invierno, ya que este producto es inútil en esta temporada, la aumentan entrando en primavera o en verano cuando, aumenta la demanda de los ventiladores.

Producción sobre pedido: Tiene una identidad propia, es decir que cada producto, sea bien físico o servicio, presenta rasgos característicos distintivos con respecto a los restantes elaborados por el mismo productor. Su duración suele prolongarse en el tiempo y presenta momentos definidos que marcan su comienzo y su conclusión y las instancias inmediatas de su desarrollo. Son ejemplos de proyectos, entre otros: La construcción de edificios, plantas industriales, caminos, puentes, diques, etc. El desarrollo e implementación de sistemas computadorizados. La producción de películas.

Producción de proceso continuo: Son modalidades de la producción continua que produce grandes volúmenes. Su orientación es hacia el producto, tanto desde el punto de vista del diseño de la planta, como por el hecho de que la cantidad elaborada de cada producto es muy elevada con relación a la variedad de productos. Cada producto es procesado a través de un método idéntico o casi idéntico. Es de capital intensivo, por lo que el planeamiento del uso de la capacidad instalada resulta prioritario. Como es frecuente que se trabajen tres turnos durante los siete días de la semana, se torna imposible, en tales casos, recurrir al tiempo extra cuando la demanda exige una mayor producción. Consecuentemente, el grado de mecanización y automatización es alto. Los inventarios predominantes son los de materias primas y productos elaborados, dado que los de material en proceso suelen ser mínimos. Entre las industrias que se caracterizan por operar en forma continua se cuentan las que elaboran productos tales como: celulosa, papel, azúcar, aceite, nafta, acero, envases, etc.



Realizar un diagrama que muestre como es el ciclo dentro de una empresa que realiza su producción sobre pedido y otro para una empresa que realiza una producción de proceso continuo. ¿Cuáles son las principales diferencias entre ambos?

Producción para Stock: La producción intermitente es habitualmente llevada a cabo en talleres, a pesar de desarrollarse en unidades productivas de reducido tamaño, presenta un grado de complejidad y dificultades que se derivan de sus propias características. En ella se reciben frecuentes pedidos de los clientes que dan lugar a órdenes de producción o trabajo. Estas son generalmente de variada índole y se complementan con los recursos disponibles, que a veces resultan insuficientes y otras veces quedan en gran medida ociosos. Aún más, es corriente que ciertas estaciones se hallen abarrotadas y otras con muy poca labor.



1. Al leer periódicos y revistas de negocios recientes, buscar ejemplos de formas de organización de la producción que utilizan las empresas y analizar si son eficaces.
2. Analizar la forma de producción adoptada en los sectores productivos de la escuela. Realizar un relevamiento sobre los distintos registros que llevan en los sectores. Observar la documentación que respalda las operaciones. (Anexo 2: documentación respaldatoria de las operaciones comerciales)
3. Mostrar la secuencia en que se realizan las actividades en uno de los sectores. (Anexo 3: modelo de secuencia)
4. Buscar en sus hogares documentos similares a los observados en los sectores.
5. Realizar un informe explicando la utilidad de los distintos documentos y la forma de confección de ellos.

Decisiones de Producción

La empresa agropecuaria debe considerar las siguientes circunstancias:

- a) Programa productivo: la actividad agropecuaria, como hemos visto, se desarrolla en ciclos que requieren en muchos casos planteos estables a mediano y largo plazo, para lograr eficiencia productiva. Esta actividad será la columna vertebral de la empresa, sin embargo, también ya se ha dicho que es difícil encontrar campos con aptitudes que definan la actividad hacia una sola producción. Habrá siempre una principal, que tendrá una determinada importancia y para la cual se necesitarán planteos estables a mediano y largo plazo, pero además quedará un margen de distinta importancia relativa conforme a cada administración por sus particulares características. Es importante que así sea, y en este sentido se deberá estudiar esta posibilidad precisamente por las características del mercado agropecuario, de significativas variaciones relativas de precios.

Ante ello, las únicas armas a esgrimir son dos: la primera, lograr la máxima eficiencia productiva en los planteos estables de la actividad, y la segunda, manejar adecuadamente las alternativas productivas a corto plazo conforme a sus perspectivas económicas.

Se reitera acá que siempre las empresas dedicadas por completo a una sola rama de la actividad son las más vulnerables económicamente.

- b) Estudio de mercados: para el área de producciones alternativas será necesaria entonces la toma de decisiones de producción conforme a un

estudio de las perspectivas de precios relativos, a efectos de definir las posibilidades de mayor rentabilidad.

EL MODELO PRODUCTIVISTA

El modelo productivista predominó en la agricultura argentina durante la década de 1990 y llevó a un incremento de los rendimientos unitarios y a un extraordinario aumento de la zafra agrícola alcanzando casi a 70 millones de toneladas. Sin embargo, los datos del Censo Agrícola 2002 mostraron que se produjo una fuerte concentración de la empresa agropecuaria desapareciendo una gran cantidad de empresas pequeñas. Este modelo originó un alto costo social, con menos productores, menor empleo, con un endeudamiento récord del sector agrícola, con la exclusión social, con economías regionales en crisis y con un empobrecimiento de las comunidades rurales.

El modelo agrícola productivista se ha basado en una intensa mecanización agrícola, un uso creciente de agroquímicos y variedades mejoradas de cultivos. Si bien es cierto que este modelo ha logrado importantes aumentos en la productividad de los cultivos por unidad de área, actualmente está siendo cada vez más cuestionado por estar asociado a una serie de problemas ecológicos y socioculturales, que ponen en duda la posibilidad de alimentar a las futuras generaciones. La tecnología generada en este “estilo” de agricultura, presenta ciertas características que hacen dudar de su sustentabilidad en el tiempo, entre las que pueden citarse:

- Dependencia creciente de combustibles fósiles y disminución de la eficiencia productiva en términos energéticos.
- Degradación y agotamiento de los recursos naturales y contaminación de alimentos y medio ambiente.
- Uso creciente de agroquímicos (insecticidas, herbicidas, fungicidas, fertilizantes)
- El desarrollo de resistencia a los plaguicidas de ciertas plagas y patógenos.
- Pérdida de variabilidad genética de los principales cultivos.
- Disminución de la agro biodiversidad.
- El desplazamiento de algunas técnicas de cultivo propias de agricultores tradicionales por la tecnología “moderna” supuestamente de aplicación universal
- No ha sido aplicable a todos los agricultores.
- No ha solucionado el problema de la pobreza rural.

En la actualidad, no hay dudas que el logro de un manejo sustentable de los recursos naturales que permita la satisfacción de las necesidades de la generación actual y de las generaciones futuras, ha dejado de ser una declaración de principios, para transformarse en una necesidad impostergable. El desafío es, entonces, compatibilizar niveles adecuados de producción para

un amplio número de productores con la conservación de los recursos y la calidad del medio ambiente.



Visitar y dejar comentarios

<http://articulos-interesantes.blogspot.com/2005/03/el-modelo-productivista.html>



Analizar el modelo productivista considerando los conceptos trabajados en Historia.

EL MODELO AGROECOLOGICO

La agroecología es una ciencia que proporciona normas para comprender la naturaleza de los agroecosistemas y los principios por los cuales funcionan.

Las características del modelo de agricultura vigente permiten afirmar que no es sustentable. Es necesario, por lo tanto, desarrollar sistemas agrarios sustentables.

Este manejo sustentable no debe basarse en recetas “ecológicas”, requiere cambios de fondo en el enfoque y objetivos con que se encara la agricultura, y un profundo conocimiento sobre el funcionamiento de los agroecosistemas, y las interacciones entre sus componentes, integrando aspectos ecológicos biológicos con socioeconómicos y culturales. Sólo una adecuada toma de conciencia sobre la problemática de la agricultura, sus causas y la necesidad de la incorporación de los principios agroecológicos, podrá asegurar una producción de alimentos ecológicamente adecuada, económicamente viable y socialmente justa para nosotros y para las futuras generaciones.

En los últimos 50 años, la agricultura moderna ha logrado incrementar la productividad de cultivos y animales, en base a un uso intensivo de la maquinaria agrícola, los combustibles fósiles, cantidades crecientes de agroquímicos (fertilizantes y pesticidas) y el uso de variedades de plantas y animales de alto potencial de rendimiento. Sin embargo, este estilo de agricultura ha generado importantes problemas, que plantean dudas sobre su viabilidad futura, entre los que pueden citarse:

- Contaminación de alimentos, aguas, suelos y personas por pesticidas y productos derivados del uso de fertilizantes sintéticos.

- Disminución de los acuíferos en zonas de regadío.
- Pérdida de biodiversidad: Efecto de agroquímicos y simplificación de hábitats.
- Contribución al calentamiento global del planeta.
- Dependencia creciente de combustibles fósiles y la disminución de la eficiencia productiva en términos energéticos.
- Pérdida de la capacidad productiva de los suelos, debido a la erosión, degradación, salinización y desertificación de los mismos.
- Dependencia creciente de agroquímicos (insecticidas, herbicidas, fungicidas, fertilizantes)
- Resistencia creciente a los plaguicidas de ciertas plagas y patógenos.
- Pérdida de variabilidad genética de los principales cultivos.
- Desplazamiento de algunas técnicas de cultivo propias de agricultores tradicionales por la tecnología “moderna” supuestamente de aplicación universal.
- No ha sido aplicable a todos los agricultores.
- No ha solucionado el problema de la pobreza rural.

Estas características señalan un hecho hoy indiscutible: esta agricultura moderna, altamente mecanizada y dependiente de insumos ha logrado sistemas altamente productivos, incluso, aparentemente “rentables”, pero no sustentables. La agroecología proporciona, los principios ecológicos básicos para el estudio, diseño y manejo de los agroecosistemas tanto productivos como de conservación de los recursos naturales, y que sean al mismo tiempo culturalmente sensibles, socialmente justos y económicamente viables.

Más allá de los rendimientos, las intervenciones agroecológicas incrementan significativamente la producción total mediante la diversificación de los sistemas agrícolas, tales como la crianza de peces en arrozales, cultivos combinados con árboles, o añadiendo caprinos o aves de corral a las operaciones domésticas.

Las ONG son organizaciones privadas, sin fines de lucro, que han surgido con objetivos de promover distintas iniciativas de la sociedad civil. Se conocen como Organismos Privados de Desarrollo Sin Fines de Lucro.

En África, Asia y América Latina, hay muchas ONGs involucradas en promover iniciativas agroecológicas que han demostrado una repercusión positiva sobre los medios de vida de las pequeñas comunidades agrícolas en diversos países. El éxito depende del uso de una variedad de mejoras agroecológicas que además de la diversificación agrícola propician un mejor uso de los recursos locales, enfatizando además en el perfeccionamiento del capital humano y el desarrollo de métodos participativos, a través de un mejor acceso a los mercados y actividades generadoras de crédito e ingresos.

Factores como base del éxito de las mejoras agroecológicas:

- tecnología apropiada adaptada por la experimentación de los agricultores
- aprendizaje social y enfoque participativo

- buenos nexos entre los agricultores y agencias externas, junto con la existencia de alianzas estratégicas de trabajo entre las agencias
- presencia del capital social a nivel local

En muchos casos, los agricultores que adoptaron los modelos agroecológicos lograron niveles significativos de seguridad alimentaria y conservación de recursos naturales.

El logro de una agricultura sustentable es un camino largo y complejo. Existen distintas medidas que deben encararse para su logro, entre las que se pueden citar:

- Desarrollo de una mayor conciencia sobre el impacto ambiental de la agricultura intensiva y sobre sus causas.
- Internalización del concepto del desarrollo sostenible. Nuestro compromiso ético con las futuras generaciones.
- Mejorar los conocimientos sobre el funcionamiento de los agroecosistemas, como sistemas físicos, biológicos y socioeconómicos.
- Modificar los planes de estudio y metodologías de enseñanza en las Instituciones de Educación Agrícola Media y Superior.
- Incentivar el desarrollo e investigación en conocimientos básicos y en tecnologías que permitan manejos más sostenibles, basados en más procesos y menos insumos.
- Encarar investigaciones tendientes al desarrollo y validación de metodologías adecuadas para evaluar la sustentabilidad de las prácticas agrícolas. Uso de Indicadores.
- Cambiar los patrones de consumo de productos agropecuarios. Reemplazar aspectos “cosméticos” por nutritivos.
- Desarrollo de un marco legal apropiado y su eficiente aplicación que favorezcan tecnologías que tiendan a la sostenibilidad y desaliente aquellas que atentan contra la misma. La calidad del medio ambiente debe ser vista como un derecho irrenunciable de la población.
- Toma de conciencia del rol irrenunciable del estado en incentivar prácticas sostenibles y desalentar las no sostenibles. Se debe tomar como una Inversión y no un gasto.



Visitar la página <http://www.inta.gov.ar/invest/investigacion.htm>
 Buscar información acerca de los distintos proyectos de investigación y desarrollo tecnológicos.



Proponer iniciativas agroecológicas para el manejo de los distintos Sectores Productivos. Exponer a los demás grupos las propuestas y justificarlas. Solicitar a los profesores de los talleres la ayuda necesaria.



Responder:

1. ¿Es posible cambiar rápidamente la estructura de una organización?
¿Por qué?
2. ¿Qué papel cree que desempeña la estructura organizativa en la eficiencia de una organización?
3. ¿Para qué se utilizan los organigramas?
4. Principales ventajas que presenta el uso de los organigramas.
5. ¿Cuál es la utilidad de configurar una estructura empresarial?
6. ¿Qué significa delegar tareas?
7. Enumerar las actividades básicas para realizar una organización formal.
8. Dar ejemplos de relaciones formales
9. Explicar las distintas formas de organización de la producción.
10. ¿El logro de una agricultura sustentable le compete sólo a los productores agropecuarios? Justificar.

Términos Fundamentales

Competencia	modelo tradicional	estructura
Formal	informal	departamentalizar
Alcance de control	centralización	agroecosistema
División del trabajo	descentralización	organigrama
Montaje	concentración	biodiversidad
Dependencia	ONGs	marco legal

Seminario



Considerando el Proyecto Productivo elegido anteriormente, deberán:

- a. Analizar la forma en que se organizará el trabajo, explicando si el modelo es fundamentalmente productivo o agroecológico.
- b. Proponer la estructura organizacional.
- c. Considerar las relaciones formales y explicar:
 - Criterios adoptados para realizar la división del trabajo
 - Departamentalización
 - Herramientas que se utilizarán para asignar funciones
- d. Realizar el organigrama correspondiente
- e. Realizar la secuencia productiva. Considerar la documentación que debe utilizarse en cada etapa.
- f. Presentar en el seminario.

BLOQUE TEMÁTICO 4

LA GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

Objetivos de aprendizaje

- Definir los conceptos de oferta, demanda y mercado
- Identificar estrategias de diversificación en empresas agropecuarias
- Buscar estrategias para comercializar la producción.
- Identificar los factores que determinan la oferta y demanda.
- Utilizar los programas informáticos para la confección de registros.
- Comprender la importancia de la confección de registros
- Determinar costos y márgenes de las distintas producciones.
- Realizar distintos tipos de registros de datos.

Caso introductorio

María Wilson, de 31 años, esposa y madre, desea comenzar su propia empresa. No tiene experiencia en negocios, pero tiene la idea de ofrecer un servicio de baño y arreglo de animales utilizando un enfoque similar al de las entregas de pizzas. Cuando llama un cliente, llega en una camioneta en menos de 30 minutos a sacar a las mascotas. Muchos de sus amigos creen que la idea es atractiva, pero se niegan a analizar seriamente el asunto con ella. Sin embargo, Wilson no se desanima, planea comprar la camioneta y el equipo necesario. ¿Qué mercado es posible identificar para Wilson? ¿Qué ventajas ofrece su servicio en comparación con sus competidores?

¿QUÉ ES EL MERCADO?

Un mercado es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos se intercambian libremente.

Originariamente los mercados eran incluso lugares físicos, que se construían en determinados momentos del año, y a los cuales concurrían compradores y vendedores para negociar sus productos. Aún hoy podemos encontrar en ciertos lugares del mundo, mercados tradicionales que conservan sus costumbres de origen. Los mercados persas, por ejemplo, donde se compran y se venden objetos, generalmente antiguos, después de un regateo que puede durar horas.

Hoy y referido a la economía, el término mercado implica un concepto más abstracto. Se habla del “mercado de las papas”, “del mercado de automóviles”, “del mercado de Cd”. Pero a veces no existe un lugar físico donde se vende sólo ese tipo de bienes. Por ejemplo, podemos comprar papas en la verdulería o en el supermercado, donde a la vez se venden otros bienes. Podemos comprar un Cd en una disquería o en una librería. Pero no hay un lugar donde podamos comprar petróleo crudo. Sin embargo, existen una oferta y una demanda de petróleo, y por lo tanto, un mercado del Petróleo.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

En el mercado, los que compran “la demanda” y los que venden “la oferta, tiene perspectivas exactamente opuestas. Un precio alto es una mala noticia para los compradores, pero es excelente para los vendedores. Cuando el precio de un bien sube, su demanda disminuye, pero su oferta aumenta. Y viceversa, la baja de precios genera aumentos de demanda y reducciones de oferta. ¿Cómo se resuelve esta contradicción?, por medio del mecanismo de precios en el mercado.



En <http://www.capitalargentino.com/mercados%20tradicionales.htm>

Investigar acerca de los mercados más importantes de la Economía Argentina. Posteriormente reunir datos a fin de observar si esos mercados se encuentran en la región, y su impacto en la Economía regional.



Realizar gráficos que permitan observar la participación de cada uno de los mercados en la Economía Regional. Recuerden visitar <http://www.indec.gov.ar/>

donde podrán encontrar datos de las distintas producciones por provincia.

Estructuras de mercado

Hasta ahora hablamos de mercado en general, sin embargo, los distintos mercados tienen diferentes características que dependen de varios factores:

- ¿Existe gran cantidad de empresas en él?
- ¿Existe gran cantidad de compradores?
- ¿Suministran las empresas del mercado productos iguales o intercambiables indiferentemente?

- d. ¿Es fácil ingresar a ese mercado o hay barreras? ¿son estas naturales o artificiales? (Barrera natural sería la producción de un bien que solo se produce en determinada región y con determinadas habilidades, como ciertos productos artesanales. Una barrera artificial sería aquella que requiere una licencia estatal, no fácil de obtener para producir algo)
- e. ¿Compiten las empresas sólo por medio de precios o también lo hacen en calidad o publicidad?

Según estas especificidades tendremos distintas estructuras de mercado. La característica más importante para definir las estructuras de mercado es el número de oferentes y demandantes. Podemos establecer una primera clasificación que contiene:

Competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de interferir en el precio final del bien o servicio intercambiado. Para que esto ocurra, debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden las distintas empresas.
3. Tanto los compradores como los vendedores tienen una información perfecta y total del precio y los lugares donde adquirir los bienes.
4. Las empresas y las materias primas para producir los bienes tienen plena libertad para desplazarse, lo que significa que no hay ningún tipo de obstáculo como patentes, licencias que pagar, altos costos de acceso al capital, o desconocimiento de la tecnología disponible.

La oferta y la demanda del producto determina un precio de equilibrio, y a dicho precio la empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir.

En los mercados de competencia perfecta, las empresas que pretenden obtener mayores beneficios deben recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología. Por lo tanto, la búsqueda de mayores beneficios va asociada a la combinación más eficiente y rentable de los factores productivos y a la modernización de la tecnología.

Oligopolio: existen pocos oferentes y muchos demandantes. Por ejemplo el mercado de los combustibles, en el que los consumidores pueden optar por entre pocas compañías.

El término bastante generalizado de oligopolio designa lo que a menudo ha sido calificado de competencia imperfecta, en la que una cantidad limitada de vendedores se dirige a una multitud de compradores.

El oligopolio se caracteriza, en general, por la disminución de las luchas comerciales, sobre todo cuando el progreso de la publicidad y del embalaje

sólo permite diferenciar artificialmente los productos, volviendo cada vez más difícil la elección de los consumidores.

Monopolio: el mercado es controlado por un sólo productor. Por ejemplo el servicio eléctrico, que solo es prestado por una compañía, por lo que no existen opciones para el consumidor. Se debe tener en cuenta que en dicho mercado no existen productos sustitutivos y, por lo tanto, este producto es la única alternativa que tiene el consumidor para comprar.

El monopolista controla la cantidad de producción y el precio. Pero eso no significa que pueda cobrar lo que quiera si pretende maximizar los beneficios. Para ello el monopolista ha de averiguar sus costos y las características de la demanda del mercado, con esta información decide cuál es la cantidad que va a producir y vender y también su precio.

Bien sustituto: un bien es sustituto de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Ejemplos clásicos de bienes sustitutos son la margarina y la mantequilla.



<http://www.eumed.net/cursecon/dic/dic-cs.htm>

Consultar el diccionario de Economía y Finanzas. Buscar la definición existente de cada uno de los mercados y ampliar la información dada en el cuadernillo.



La película Tienes un E-Mail permitirá analizar el funcionamiento del mercado, en un mundo urbano en el que cada día son mayores las carencias comunicativas y sociales, nos encontramos con personas totalmente volcadas en una vida virtual, como sucede en la película, que nos presenta la historia de dos desconocidos, enamorados a través de la Red, pero que en su vida profesional compiten y se odian hasta hacerse la vida imposible.

Después de ver la película analizaremos los conceptos de pequeña y gran empresa. Tipos de mercado y competencia.

LA DEMANDA

La demanda indica la cantidad de un producto que el consumidor está dispuesto y puede comprar a cada uno de los posibles precios, si los demás datos de la economía (gustos, modas, ingresos de los compradores), permanecen constantes.

La demanda nos muestra esta situación para un período específico de tiempo. La demanda indica lo que el consumidor puede y quiere comprar.

Por ejemplo, es posible que alguien quiera comprar la mejor ubicación para un recital, pero también es posible que no tenga el dinero para hacerlo. O al revés, una persona puede tener el dinero para comprar una entrada para un recital pero no le interesa hacerlo. La demanda se produce cuando un consumidor quiere comprar algo y a la vez tiene el dinero para hacerlo.

Si consideramos constantes todos los valores salvo el precio del bien, podemos hablar, de la tabla de demanda del bien A por un consumidor determinado cuando consideramos la relación que existe entre la cantidad demandada y el precio de ese bien.

Ley de la demanda:

El precio de un bien y la cantidad demandada del mismo, poseen una relación inversa debido a que mientras mayor sea el precio, menor será la cantidad demandada, y por el contrario, cuando el precio disminuye aumenta la cantidad demandada. Esta relación inversa se cumple para casi todos los bienes. Si un supermercado aumenta el precio de una gaseosa, la cantidad vendida en el corto plazo disminuirá.



Leer “El funcionamiento de los mercados a través de gráficos de oferta y demanda”, y realizar las actividades propuestas en

<http://ciberconta.unizar.es/LECCION/Demanda/000F2.HTM>



Ahora están en condiciones de realizar un gráfico que muestre como varía la demanda del bien A, en función de los cambios de precio.

Tabla de demanda: cantidad demandada del bien A a diversos precios.

<i>Precio A</i>	<i>Demanda A</i>
2	8
4	6
6	4
8	2

Esta tabla de demanda mostraría que cuanto mayor es el precio de un artículo, menor cantidad de ese bien estaría dispuesto a comprar el consumidor, cuanto más bajo es el precio más unidades del mismo se demandarán.

A la relación inversa existente entre el precio un bien y la cantidad de demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio, se denomina en economía la **ley de la demanda**.

LA OFERTA

Al igual que en el caso de la demanda, señalaremos un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer.

La **ley de la oferta** indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta.

Denominamos **tabla de oferta** a la *relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo*. Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores. Si la tabla de demanda relaciona los precios con cantidades que los consumidores desean comprar, una tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer. A precios muy bajos los costos de producción no se cubren y los productores no producirán nada; conforme los precios van aumentando se empezarán a lanzar unidades al mercado y, a precios más altos, la producción será mayor.



Realizar la tabla de oferta para el bien A, a distintos precios.

Precio A	Oferta A
2	0
4	2
6	4
8	6



Visitar <http://www.mercadodeliniars.com.ar/>
<http://www.bolsadecereales.com/>.

- ¿Cuál es la función de esos mercados?
- Seguir la cotización de un bien durante una semana
- Realizar una planilla de cálculo que permita ver la variación observada del bien elegido.

El equilibrio de mercado

Cuando ponemos en contacto a consumidores y productores con sus respectivos planes de consumo y producción, esto es, con sus respectivas curvas de demanda y oferta en un mercado particular, podemos analizar como se lleva a cabo la coordinación de ambos tipos de agentes. Se observa cómo, en general, un precio arbitrario no logra que los planes de demanda y de oferta coincidan. Sólo en el punto de corte de ambas curvas se dará esta coincidencia y sólo un precio podrá producirlas.

A este precio lo denominamos *precio de equilibrio* y a la cantidad ofrecida y demandada, comprada y vendida a ese precio, *cantidad de equilibrio*.

El precio de equilibrio es aquel para el que la cantidad demandada es igual a la ofrecida. Esa cantidad es la cantidad de equilibrio.



Para analizar la determinación del precio de equilibrio de un mercado dibujar en un mismo gráfico las curvas de oferta y de demanda.

<i>Precio A</i>	<i>Cantidad demandada A</i>	<i>Cantidad ofrecida A</i>
2	8	0
4	6	2
6	4	4
8	2	6
10	1	8



En <http://www.eumed.net/cursecon/3/Equilibrios.htm>

Trabajar con el gráfico interactivo, con el fin de observar como varía el punto de equilibrio en el mercado. Elaborar conclusiones.

Retorno al caso introductorio

Recuerdan que María Wilson desea comenzar su propia empresa. De acuerdo con lo aprendido hasta aquí, ustedes están en condiciones de analizar el comportamiento de la oferta y de la demanda. Por lo tanto, la propuesta es realizar las curvas de oferta y demanda para el servicio que ofrece María, y buscar cuál será el precio de equilibrio. ¿a qué conclusión han arribado?

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es la reunión, registro y análisis de todos los hechos y factores acerca de los diferentes aspectos y problemas relacionados con la transferencia y venta de productos y servicios del proveedor al consumidor.

Toda empresa necesita conocer lo mejor posible cuáles son los motivos que llevan al mercado al que se dirigen a comprarle. Esa información es de vital importancia para el área comercial, debido a que antes de lanzar un producto o servicio al mercado, es necesario asegurarse de que el mismo sea el que el cliente quiere o va a querer comprar.

El empresario realiza la investigación de mercado para:

- Conocer las necesidades de sus clientes
- Mantener y ampliar la clientela
- Promover y distribuir sus productos y/o servicios
- Encontrar nuevas maneras de colocar su producto en el mercado.

Las empresas invierten dinero en averiguar qué es lo que el mercado quiere para no perder recursos ni tiempo. Esta investigación es muy importante ya que los recursos son escasos y las empresas los deben utilizar inteligentemente, para así lograr los mejores resultados.

Para saber sobre nuestra clientela investigamos lo siguiente:

¿DONDE COMPRA?	¿QUÉ COMPRA?
¿COMÓ LO HACE?	¿CUÁNDO?
¿CUÁNTO?	

¿Como conocer sobre nuestra competencia?

1. Visitar los negocios en el área y fuera de esta donde hay productos iguales a los que produce empresa. En esta visita observar los materiales, los colores, los diseños, los estilos y los precios.
2. Averiguar si existe información sobre la demanda de productos similares a los de la empresa, en instituciones públicas o privadas.
3. Aprovechar ferias, o actividades en donde sea posible averiguar sobre:
 - Precios
 - Calidad
 - Materiales
 - estilos

TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: Sirve para conocer los efectos que produce un estímulo a los encuestados. Evalúa las actitudes y reacciones de los consumidores frente a un envase, una campaña de publicidad, una marca, un logotipo, un personaje que representa un producto o a una empresa.

Segmento: grupo específico de personas que comparten características tales como sexo, franja de edad, nivel económico, trabajo, lugar de vivienda u otros.

Además de observar cómo reaccionan las personas, se busca descubrir ante qué estímulos los consumidores reaccionarían eligiendo el producto testeado y ante cuáles no.

Por ejemplo, algunas preguntas que pueden hacerse los investigadores son:

- Si le ponemos a nuestra empresa de papas fritas congeladas “Don Chicho” ¿será bien visto este nombre por los clientes o será demasiado casero y desconfiarán del producto?
- ¿Tendremos que incluir un dibujo de una vaca sonriendo en la etiqueta de nuestra carne envasado o es mejor un gaucho?
- ¿Cuál será el mejor color para el envase de detergente?

LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA: Es la que analiza los aspectos de la oferta y la demanda que pueden ser medidos y cuantificados.

Toda la información se obtiene a partir de muestras de la población, se selecciona un segmento estadísticamente representativo, estimando que sus resultados responden a toda la población.

En este caso, las preguntas podrían ser:

- ¿cuánto dinero promedio, por mes, invierten en ropa los jóvenes de entre 25 y 30 años?
- ¿Con que frecuencia van a ver un espectáculo?
- ¿Cuántas personas utilizan nuestro servicio a partir de haber escuchado nuestra publicidad radial?

Siempre las preguntas de la investigación cuantitativa tratan de dar respuestas en cifras y se expresan en orden de porcentajes.



Completar los siguientes cuadros:

Diferencias entre investigación cualitativa y cuantitativa	
Investigación cualitativa	Investigación cuantitativa

Ventajas e inconvenientes de los métodos	
Métodos cualitativos	Métodos cuantitativos

Etapas de la investigación de mercado

La investigación de mercado, requiere definir los siguientes pasos:

1. ¿Qué se va a investigar? Definir si se investigarán conductas, actitudes, respuestas o estímulos respecto de un nuevo producto o servicio. Por ejemplo, si se va a fabricar mayonesa, interesará saber qué color de envase prefiere la gente, que consistencia debería tener la mayonesa, etc.
2. ¿Para qué se quiere investigar? Establecer los objetivos de la investigación. Por ejemplo, si el mercado aceptará una nueva mayonesa.
3. ¿A quién se le va a preguntar? Se define el segmento de mercado. Por ejemplo, amas de casa, de la Pcia. De Buenos Aires, de nivel económico medio, entre 28 y 38 años.
4. ¿Cuándo se saldrá a investigar? Definir ¿en qué momento, entre que fechas, de qué año y que cantidad de días?
5. ¿Dónde se hará la investigación? Definir en qué lugar, si se irá a golpear puerta a puerta o a un supermercado.
6. ¿Con qué elementos se hará la investigación? Se refiere a recursos humanos y materiales; si es necesario preparar planillas, si se utilizará grabador, video o teléfono.
7. ¿Cómo se hará la investigación? Se define qué instrumentos se usarán: encuestas con pocas planillas, entrevistas abiertas, etc.



<http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/proceso.html>
podrás leer más acerca sobre el Proceso de la Investigación de mercado. Prestar atención a la forma de presentación del informe.

Retorno al caso introductorio

¿Qué tipo de investigación deberá realizar María para determinar si es acertado su plan?

Asesorarla al respecto, considerando todos los aspectos trabajados.



Para comprobar los conocimientos adquiridos podrás ingresar en <http://www.ecomur.com/cuestionarios/indexec1.htm> y realizar el cuestionario sobre “Tipos de mercado”.

EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

La gestión de comercialización de una empresa es la que se dirige a satisfacer las necesidades del mercado que la dirección ha seleccionado como objetivo.

Una vez definidos los objetivos y estrategias, la empresa está en condiciones de realizar un análisis de los productos y servicios que puede brindar a sus clientes. La mejor manera de lograrlo es tener en cuenta sus propias posibilidades y a aquellos competidores que ofrecen productos que satisfacen las mismas necesidades.

Las acciones de la gestión comercial abarcan:

- Seleccionar productos o servicios
- Investigar el mercado
- Elaborar estrategias relativas a la venta
- Contactar clientes
- Elegir a través de que forma se llega al cliente
- Participar en la decisión sobre condiciones de venta
- Vender



El siguiente artículo se encuentra en <http://www.biocordoba.com/noticias/revista-mercados-director-general-produccion-ecologica.html>. Opinar acerca de lo leído.

Noticia : “El productor debe formar parte del proceso de comercialización”. Director General de Producción Ecológica

**“El productor debe formar parte del proceso de comercialización”.
Director General de Producción Ecológica
01-10-2008**

Publicado en Revista Mercados. Octubre de 2008

Con la experiencia que da dirigir durante cuatro años la Dirección General de Desarrollo Rural, José Román desembarca ahora en la Dirección General de la Producción Ecológica, retomando todas las iniciativas de su sucesor y convencido de que la Administración debe ayudar a consolidar y potenciar los proyectos de este sector, partiendo de la base de que el productor debe estar presente en todas las fases del proceso de comercialización.

Como nuevo Director General de la Producción Ecológica, ¿cuál ha sido su primera impresión al asumir este cargo y con qué objetivos se enfrenta a esta nueva etapa?

Me ha sorprendido gratamente, pues me he encontrado con un sector, que además de destacar por el gran valor humano de las personas involucradas en este sistema de producción, tiene muchísimas posibilidades desde el punto de vista comercial, e incluso es un elemento clave para potenciar el desarrollo rural de Andalucía. Es decir, estamos antes un sector abierto a ideas innovadoras, con ganas de unir sinergias entre ellos para hacer más eficaz su trabajo, para conseguir incrementar el consumo, y sobre todo apostando por la organización para lograr canales cortos de comercialización y llegar al consumidor más cercano. Por lo tanto, desde ese punto de vista, afronto esta nueva etapa con mucha ilusión y con ganas de hacer todo lo posible por consolidar lo que tenemos y seguir avanzando hacia el futuro.

Sobre ese futuro, ¿cuáles serán las principales líneas de actuación de la Dirección General?

Una de las primeras actuaciones, enmarcada en el II Plan Andaluz de Agricultura Ecológica, será establecer estrategias para que las políticas de producción ecológica lleguen a todo el territorio andaluz, pues se da la circunstancia de que hay zonas que han avanzado mucho en este aspecto mientras que otras no tanto. Para ello vamos a contar con los Grupos de Desarrollo Rural de la propia Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, organismos muy válidos para conocer el potencial de esas zonas rurales por su cercanía al productor. Otra de las acciones inmediata es la elaboración de un Plan Integral Andaluz de Producción Ecológica, para lo que contaremos con la participación del propio sector. Es decir, tenemos un Plan General que abarca a toda la agricultura, pero dada la actual coyuntura, consideramos necesario reflexionar sobre qué tenemos que hacer para dar respuestas adecuadas a los principales problemas del productor. Además, también consideramos esencial determinar qué mecanismos debemos poner en marcha para fortalecer la red de distribución para asegurar que el andaluz

que quiera consumir productos ecológicos pueda hacerlo. Yo creo que para ello hay que analizar adecuadamente todo el proceso, desde el productor hasta la distribución, con el convencimiento de que el productor debe estar presente en todas las fases de ese proceso de comercialización. Y aquí, el papel de la administración será el de apoyar, animar, e incentivar todas las iniciativas que surjan.

Uno de esos problemas es la necesidad de disponer de semillas ecológicas, pues así se lo está reclamando la distribución, ¿qué actuaciones tenéis previstas para ello?

En este sentido tengo que anunciar que a principio de 2009 inauguraremos en Loja un Centro de Investigación de Semillas, en desarrollo permanente, dotado de los instrumentos necesarios para poder trasladar toda esa investigación al propio sector. Para ello contaremos con la colaboración de otras consejerías, el IFAPA, la Universidad, y por supuesto, con el sector, para ir detectando siempre en qué es necesario investigar y qué es lo prioritario para seguir avanzando.

Recientemente se ha aprobado un nuevo Reglamento de Agricultura Ecológica cuyas modificaciones principales afectan al etiquetado, ¿en qué cree que puede beneficiar al sector?

Actualmente estamos ya trabajando en la elaboración de un Decreto que regule este nuevo Reglamento, y para ello estamos trabajando con todas las entidades implicadas, con el propio sector y con las certificadoras, pues afecta principalmente al logotipo que debe figurar en todos los productos procedentes de la agricultura ecológica. Yo creo que este nuevo logotipo, único para toda la UE, vendrá a otorgar una mayor transparencia al sector, pero no tiene por qué significar complicaciones, sino que se trata de mecanismos para ofrecer al consumidor las máximas garantías posibles cuando adquiere un producto, por lo que sin duda considero que este nuevo Reglamento va a tener un impacto decisivo en el consumo.

La comercialización agropecuaria

La política de comercialización agropecuaria busca mejorar la integración del país a los mercados internacionales, reducir los costos de transacción mediante una mayor eficiencia y modernización de los mercados y el apoyo a las operaciones comerciales. Para ello, el Gobierno está utilizando una serie de instrumentos de comercialización interna y externa como aparece a continuación.

1. Comercialización Interna

En esta área, la política se orienta a hacer eficientes los sistemas de comercialización agropecuarios, consolidando los nexos entre el inversionista urbano y el rural, para reducir la incertidumbre de los productores y mejorar su

capacidad de negociación. A su vez, esto permitirá disminuir los costos de transacción en las cadenas comerciales, aumentar la competitividad del sector y generar mejores ingresos al productor al eliminar los intermediarios. De otra parte, con el objetivo de disminuir el efecto de las distorsiones del comercio en los precios al productor, se ejecutan los instrumentos de incentivos y compensaciones a la comercialización.

2. Comercialización Externa

La política de comercio exterior agropecuario, tiene como objetivo asegurar la vinculación exitosa de la economía al contexto internacional.

Dicha política impulsa tanto el crecimiento y diversificación de la oferta exportable sectorial como la disminución de las importaciones en productos donde el país presenta potencialidades crecientes de autoabastecimiento bajo criterios de productividad y competitividad.



En

<http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=33>

Podrás informarte sobre las distintas políticas tendientes a lograr el desarrollo económico y productivo. Realizar un gráfico que permita observar las características principales de cada una de ellas.

Con la política de desarrollo rural el Gobierno busca, ante todo, una gran alianza social y constituye un esfuerzo por optimizar la asignación de recursos públicos.

Los lineamientos generales del desarrollo rural, trascienden el estrecho marco de un período de gobierno y constituyen apenas el punto de partida para enrumbar al país hacia un sendero de desarrollo sostenido y sostenible, con el objeto de lograr la reactivación del campo, la generación de empleo rural, la disminución de la migración campesina a las ciudades y ampliar la oferta exportable.

Implementar políticas de este tipo apuntan a reconocer a los productores agropecuarios como agentes activos y transformadores, desempeñando un papel protagónico dentro del proceso. Es el Estado el que se encarga de crearle las condiciones para que pueda acceder a los factores en forma equitativa con el resto de participantes en esta gran empresa que busca modernizar el sector rural.

Es importante la conformación de alianzas productivas entre empresarios grandes y medianos, con pequeños productores cuyo único patrimonio lo constituye su fuerza de trabajo o una limitada cantidad de tierra u otros factores productivos.



Leer el artículo y comentar.

Sábado 24 de enero de 2009

RELEVADOR INFORME DEL CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONOMICOS DE BAHIA BLANCA

¿Cuál es el horizonte del sector agropecuario?

Las restricciones a la comercialización de trigo y la estructura de costos imponen rendimientos mínimos superiores al promedio histórico. En tanto, la ganadería acentuó la tendencia de descapitalización que refleja desde hace tres años.

El sector agropecuario cerró un año muy complicado por la conjugación de factores adversos entre los que cabe destacar la disminución de precios internacional, escasez de lluvias, conflicto con el gobierno, restricciones a la comercialización y distorsiones en la cadena comercial, aumento en la presión impositiva y de insumos, dependencia de subsidios, disminución en la cantidad, calidad y confiabilidad de información sectorial.

Así lo determinó un informe del Centro Regional de Estudios Económicos de Bahía Blanca (CREEBBA), donde se agrega que, por ejemplo, las distorsiones en la comercialización agropecuaria que existen desde 2006 se incrementaron durante el presente año, mientras que, en el primer semestre las cotizaciones internacionales de los principales productos agropecuarios alcanzaban valores récords, en el mercado doméstico las restricciones a la exportación de la producción agropecuaria ampliaron la brecha entre las cotizaciones internas y externas de los mismos productos.

De esta manera, las retenciones efectivas sobre los distintos productos agropecuarios excedieron considerablemente las alícuotas aplicadas a cada uno de ellos.

Ejemplo de esto es lo sucedido con el trigo que, en enero de 2008, la diferencia entre el valor FOB y el valor recibido por el productor era superior al 40%, cuando la alícuota de derechos de exportación era del 28%.

Se ha apreciado que, a partir de valores para el trigo, a enero de cada año, durante la campaña 05/06 cuando no existían distorsiones por intervención, la diferencia entre el valor FOB y el FAS (al productor), coincidía con la alícuota aplicada al producto.

En las campañas posteriores, la distorsión se hizo presente, determinando una retención efectiva superior al 40%, explicada por la propia alícuota y las distorsiones generadas por las restricciones cuantitativas para exportar.

Para la campaña actual, y a partir de la cotización a enero de 2009, se estima que el diferencial entre el valor internacional y recibido por el sector primario se

incremento hasta casi un 50%, aún con una menor alícuota de derechos de exportación que, en diciembre de 2008, se redujo en cinco puntos porcentuales.

En este nuevo escenario comercial, el porcentaje que refleja la distorsión por la intervención en el mercado (26%), supera a la alícuota real de derechos de exportación que es aplicada sobre el valor FOB (23%).

Es decir, por primera vez desde que se intervino el mercado de trigo, es mayor la distorsión que se traslada al sector intermedio de la cadena, que lo recaudado por el sector público en concepto de retenciones.

De esta manera, la disminución en la alícuota de retenciones que se efectivizó en diciembre de 2008 no generó un beneficio al sector primario, sino que incrementó la transferencia al sector intermedio de la cadena.

Así, a pesar del costo fiscal que generó la disminución de la alícuota, no logró el objetivo inicial de mejorar el precio al productor.

Distorsiones.

La campaña 2007/08 se caracterizó por las distorsiones comerciales a nivel interno. En este sentido, el cierre de las exportaciones y la imposibilidad de operar en el mercado de futuros provocaron que el sector primario regional no pueda comercializar su producción en el período en el que las cotizaciones alcanzaron valores máximos.

Si la producción regional se hubiera comercializado en condiciones normales, a los valores máximos alcanzados durante el año pasado, el valor de la producción para la campaña 2007/08 hubiera sido de U\$S 1.500 millones, cuando en la campaña anterior ese valor fue de U\$S 900 millones.

Los datos de trigo exportado por el puerto local reflejan que menos de la mitad de la producción regional pudo exportarse a los valores máximos, por lo que la cifra real de la producción regional resultará en un valor mucho menor. Los datos de trigo exportado por el puerto local reflejan que menos de la mitad de la producción regional pudo exportarse a los valores máximos, por lo que la cifra real de la producción regional resultará en un valor mucho menor al estimado anteriormente para la campaña 2007/08.

Las distorsiones comerciales, que se verificaron en el mercado de trigo desde la campaña 06/07, provocaron una transferencia desde el sector primario hacia los eslabones intermedios de esa cadena.

Como se mencionó anteriormente, si se supone un escenario de comercialización normal; es decir, se considera como valor de referencia el valor a enero del año 2008, la transferencia hubiera sido cercana a los U\$S 280 millones, pero como la comercialización regional a esos valores sólo pudo realizarse en un 50% de su volumen total, se estima que la transferencia osciló entre los U\$S 140 y los U\$S 280 millones. En el mismo sentido, los ingresos de los productores no captaron el valor máximo durante esta campaña, por lo que se puede concluir que sus ingresos totales oscilaron entre los U\$S 380 y los U\$S 190 millones.

Para la actual campaña, de continuar las condiciones de comercialización, la transferencia hacia los sectores intermedios sería del orden de los U\$S 110 millones. Esta cifra es similar a la que recibirán los productores en concepto de ingreso total, que sería de U\$S 113 millones.

LAS VENTAS

El área comercial es aquella que se dedica a vender. Si bien esta no es la única función que compete a un área comercial, es la más vital para una empresa pues es la que genera el ingreso de dinero genuino.

La función de ventas así analizada, incluye todo el esfuerzo que realiza una empresa para que los clientes paguen por su producto o servicio el precio determinado por ella, en los plazos acordados y con la posibilidad de repetir este acto. Esto supone una acción a propósito efectuada por la empresa, para que el cliente compre.

Es importante tener en cuenta que, a pesar de que un cliente compre un producto o servicio, será distinto si lo hace por propio impulso, a que lo haga porque la empresa le venda o lo provoque para ello.

Por ejemplo, si un cliente entra en un negocio de venta de alimento para animales domésticos, con la idea de comprar alimento, el vendedor puede limitarse a satisfacer solamente dicho acto de compra, o bien puede ofrecerle también champú, correo o algún otro elemento para complementar la compra, y a través del acto de ventas, generar mayor facturación con el mismo cliente y en el mismo momento.

Las ventas en una empresa agropecuaria

La operación de venta es el proceso que va desde el establecimiento de contactos, hasta la concreción de la venta o enajenación de un bien o la prestación de un servicio.

Existen distintos tipos de ventas:

- A consignatarios, martilleros o corredores
- A distancia
- A campo
- En salón o locales comerciales
- En mercados centrales o concentradores
- Exportaciones

Ventas a consignatarios, martilleros o corredores: en general en la actividad agropecuaria la mayoría de los mercados son transparentes; esto facilita la decisión de vender por este tipo de sistema.

Con sólo mirar ciertas publicaciones o escuchar algunas audiciones de radio, se podrá tener una idea aproximada de las cotizaciones de cualquiera de los productos comercializados (carne, verduras, frutas, granos) a través de este sistema.

Ventas a distancia (por teléfono, correo, internet): la transparencia de los mercados también facilita la venta a distancia. La mayoría de los agentes del sector compuesto por cereales y oleaginosas (acopiadores, corredores, molinos, cooperativas) emplean este tipo de venta.

Ventas a campo: consiste en vender los bienes dentro del establecimiento. Puede realizarse en forma directa o mediante un remate. Es común en la Patagonia vender la lana por este tipo de sistema. En ganadería algunos establecimientos venden parte o toda su hacienda en el campo. Sus compradores por lo general son los matarifes o los carniceros de la zona.

Ventas en salón o locales comerciales: se trata del caso en que el vendedor dispone de un salón de ventas donde, generalmente, expone sus productos y se lleva a cabo la transacción. Puede tratarse tanto de ventas al por mayor como al menudeo. Esta situación puede darse, por ejemplo, en un productor de miel, el cual destina la utilización de un local (propio o alquilado) para vender su producción (miel, jalea real, propóleos), ya sea en forma mayorista o minorista.

Ventas en mercados centrales o concentradores: el mercado Central de Buenos Aires se halla ubicado en el partido de La Matanza. La operación comercial se efectúa “al Oído”, pero luego se concreta mediante el pago de la factura en el banco, y con la misma se retira la mercadería (frutas, hortalizas, pescados) en el puesto. También existen salas de remate que operan para frutas con o sin presencia física de las mismas.

Ventas de exportación: son aquellas ventas que se efectúan a clientes residentes en el exterior, que se pueden realizar en forma directa o indirecta o a través de representantes, cámaras de comercio, cooperativas, agentes, acopiadores.



Investigar como se realizan las ventas en las distintas secciones productivas de la escuela. Comentar los resultados obtenidos en clase.

DIVERSIFICACION

La estabilidad productiva de los establecimientos agropecuarios a través del tiempo está afectada por variaciones originadas en el ambiente físico y en el ambiente económico.

El grado de diversificación productiva de una empresa rural puede ser representado en su forma más simple por el número de actividades agropecuarias que intervienen en el proceso productivo.

Podemos señalar infinidad de ejemplos de nuevos productos, de nuevos usos de rubros tradicionales y de nuevos mercados para los mismos; y entre todos ellos podemos distinguir una fuerte interrelación a través de un hilo conductor: el cambio tecnológico. De la actitud de todos los actores de la cadena productiva del sector, ante los cambios que se están produciendo y que se pueden producir en el futuro, depende en gran medida la magnitud de su desarrollo. Existen ejemplos de productos alternativos, algunos de los cuales comienzan a tener un lugar relevante en la economía Argentina, tal es el caso de la apicultura, actividad que contribuye notablemente con nuestras exportaciones y que tiene un gran efecto multiplicador como generador de empleo directo e indirecto. También se puede mencionar la producción forestal, actividad que a nivel mundial moviliza -integralmente- tres veces más recursos financieros que la actividad ganadera y dos veces más que la cerealera. Otros rubros, como la producción de frutillas y de hongos comestibles, que cuentan con un mercado interno muy dinámico, y de plantas aromáticas y medicinales, que tienen una importancia vital en algunas regiones argentinas.

¿Por qué iniciarse en una actividad productiva alternativa en la Argentina? ¿Cuáles son las opciones?

Las producciones alternativas originan posibilidades de muy distinto orden. Abren abanicos de oportunidades aprovechables para diferentes situaciones individuales y presentan opciones a las necesidades de escala territorial, de monocultivo y de inversiones de distinta magnitud. Al iniciarse en este tipo de actividades, es necesario considerar varios requerimientos que en su exposición no siguen un orden de importancia, sino que todos ellos constituyen el conjunto a considerar:

- Características del emprendedor: su personalidad está signada por un carácter innovador por la comprensión de la necesidad de la capacitación continua, el reconocimiento de las ventajas de asociarse a otros en niveles horizontales o verticales, la búsqueda de ayuda en instituciones públicas o privadas, la aceptación de riesgos económicos, la inclinación a constituir sistemas que contemplen la factibilidad económica del emprendimiento, las necesidades de la sociedad y de los grupos a los cuales va dirigido su accionar considerando sus deseos y urgencias, sus hábitos culturales y por la comprensión de que los intereses individuales pueden compartirse y potenciarse en el interés común.

- Productos a ofrecer: contradiciendo el criterio generalizado de que las producciones alternativas se dirigen exclusivamente a nichos de mercado de alto nivel económico, muchas de ellas pueden convertirse en productos de consumo masivo y de bajos precios accesibles a porciones importantes de la población. Ejemplos de la primera alternativa serían las carnes y productos elaborados de ciervos, jabalíes y truchas y, del segundo, el aprovechamiento integral de otros que carecen de mercado pese a tener un alto valor social. Ejemplos de este caso son las carnes de nutria, de carpincho y largarito, así como las pieles de vizcacha y otras aun poco utilizadas. En definitiva, las producciones alternativas pueden ofrecer especialidades de alto o bajo precio. Muchas de estas oportunidades se relacionan acertadamente con el mercado de exportación, lo que se ve favorecido por los términos de intercambio actuales y por la posibilidad de ofertas al hemisferio norte. Pero esta no es la única posibilidad, pues existen productos alternativos que pueden ser dirigidos al mercado interno y otros que se verían fortalecidos en su oferta si se contara con el desarrollo de un consumo local. Referido al primer caso, podemos mencionar al arándano y en el segundo, a carnes que resultan subproductos de la utilización de cuero. En este sentido, la característica innovadora ya mencionada de los emprendedores puede descubrir aplicaciones de muy distinta naturaleza, como es el aprovechamiento de la carne de Chinchilla para producir alimentos para mascotas y el cultivo de la colza no solo para cosechar semillas aceiteras sino también para que sus flores sean fuente de alimento para las abejas.
- Características de los emprendimientos: el innovador suele encontrarse con tecnologías inmaduras que requieren investigación y desarrollo para poder concretar una planificación inteligente. La experiencia demuestra que este proceso no lo puede desarrollar en soledad, sino aprovechando la experiencia de otros, tanto del exterior como del interior del país y que necesitara demandar ayuda de las instituciones públicas y privadas existentes. El país cuenta con recursos humanos, que bien motivados para encarar esas tareas, pueden ser exitosos en sus esfuerzos. Es imprescindible evitar la improvisación muchas veces surgida por la motivación pública de informaciones incorrectas, incompletas o distorsionadas que tienden a provocar el interés en actividades de una forma superficial y que significan un alto riesgo para el emprendedor que deberá resolver problemas complejos y para ello necesitara no solo de la disponibilidad económica, sino también de la colaboración de sus iguales y de profesionales de origen multidisciplinario. Las acciones pueden estar vinculadas incluso a aspectos muy poco tenidos en cuenta en la actualidad, como es el turismo rural relacionado con la observación de la fauna y de la flora o con la caza deportiva. Este es un ejemplo de

combinación de actividades aparentemente disímiles pero que pueden confluir en un agro negocio.

- Beneficiarios: el público que puede aprovechar estas actividades es muy variado, incluye a inversionistas, empresas grandes, medianas y pequeñas, comunidades de bajos recursos; así como productores aun de áreas eminentemente agrícolas, que disponen de superficies e instalaciones que no se corresponden a las de escalas actualmente exigibles para una producción sustentable. Puede además, constituir una fuente de diversificación de las actividades realizadas para aquellos que desean disminuir los riesgos ambientales y económicos implícitos en las actividades agropecuarias. Algunas de estas actividades son demandantes de recursos humanos y por lo tanto pueden representar una oportunidad de ocupación en un país que lo requiere.



En

www.inta.gov.ar/extension/profeder/actualidad/bole82/bre%C3%B1as.htm podrás encontrar mayor información sobre el tema.



www.agencianova.com/nota.asp?n=2009_3_5&id=7259&id_tiponota=22 Publicó el día 4 de marzo de 2009 el artículo que se encuentra a continuación. Opinar al respecto.

Impulsan promover la diversificación productiva en la zona rural y pueblos de campaña

LA PLATA-BUENOS AIRES, Marzo 04 (Agencia NOVA) La diputada bonaerense **Adriana Cudós** (FpV-PJ) presentó esta semana un nuevo proyecto de ley que pretende establecer un Programa Provincial de Diversificación Productiva Agropecuaria, cuyos objetivos son:

- Promover el desarrollo de la microempresa agropecuaria, en la búsqueda de la reconversión y la incorporación de nuevas alternativas no tradicionales.
- Desarrollar alternativas de producción que promuevan productos con demanda sostenida y que se constituya en generadora de empleo genuino.
- Promover la sustentabilidad socioeconómica y el arraigo de los sectores más postergados, sobre todo en el interior de la zona rural bonaerense, disminuyendo la dependencia de las actividades agropecuarias

tradicionales. Teniendo particularmente en cuenta el desarrollo de los pueblos rurales a través de proyectos de este tipo.

- Apuntalar el autoempleo con la promoción de los emprendimientos productivos rurales de actividades no tradicionales.

El proyecto de Cudós toma como referencia para los emprendimientos alcanzados por la iniciativa, lo previsto en la Ley Pyme Nacional N° 25.300 y por otra parte busca que la iniciativa incorpore criterios de regionalización para el desarrollo productivo de estos emprendimientos y da preferencias en la promoción y en los beneficios, a los proyectos que se ubiquen geográficamente en asentamientos rurales cuya población resulte igual o inferior a los dos mil habitantes.

Seguidamente refiere a los beneficiarios de esta ley, que podrán ser productores individuales con un proyecto productivo no tradicional, cooperativas de trabajo o asociación de productores que desarrollen o deseen incorporarse a las actividades productivas promovidas. Los beneficiarios deberán presentar un proyecto productivo y/o de transformación agroindustrial, que será canalizado a través de los municipios que adhieran por ordenanza, para su posterior elevación en la instancia provincial.

Según Cudós, "el Programa de Diversificación de las Actividades Agropecuarias promoverá la producción, desarrollo, industrialización y agregado de valor de los bienes provenientes de actividades no tradicionales como: Horticultura tradicional y orgánica; helicultura; hongos comestibles; aromáticas y medicinales; arándanos; aves de granja; lombricultura; apicultura; ranicultura; cría de ñandúes y todo otro desarrollo productivo alternativo que contribuya al logro de los objetivos propuestos.

Entre los beneficios previstos se destacan la asistencia técnica, capacitación y tutorías; asistencia financiera, trabajando con la banca pública y privada, la gestión de créditos a tasa preferencial; beneficios fiscales, proponiendo exenciones y descuentos en las alícuotas de los impuestos y tributos provinciales; tierras fiscales, donde la Autoridad de Aplicación podrá proponer la elaboración de proyectos de ley que tengan por objeto ceder en comodato tierras fiscales para las MiPyMES beneficiarias del presente proyecto.

Por último, se invita a los municipios a adherirse a los contenidos y objetivos de esta ley, sancionando ordenanzas que fortalezcan los beneficios dispuestos, invitando a participar a los diferentes actores institucionales de cada localidad.

En la fundamentación esgrimida por Cudós en su iniciativa, se destaca que "las políticas planteadas para el desarrollo productivo regional, deben comenzar a contemplar fuertemente la necesidad de promover la producción alternativa a los cultivos tradicionales, como herramienta del autoempleo y la promoción de valor agregado en la provincia de Buenos Aires, ya que en las últimas décadas, paradójicamente, con el crecimiento del sector agropecuario, se profundizó la urbanización de la población, con migración de población rural a centros urbanos, sin contar con posibilidades de realización personal en los pueblos de campaña del interior bonaerense; la gente se fue yendo del campo y de las

poblaciones rurales a la ciudad cabecera generando situaciones de desestabilización en la distribución territorial.”

El concepto de “nueva ruralidad”, que se pretende promover con el proyecto, apunta a la retención de la población en la zona rural y los pueblos de campaña, que contribuya a desarrollar alternativas de producción a los cultivos tradicionales, sobre todo en pequeñas parcelas de campo, que no constituyen una unidad económica de relevancia para la producción de los cultivos tradicionales como trigo, soja o maíz.

Se destaca como objeto de esta iniciativa la promoción de producciones tales como la cría de conejos, aves de corral, caracoles, ranas, ñandúes, la apicultura, cultivos y huerta tradicional u orgánica, entre varios más que puedan coadyuvar a esta idea de generar empleo y valor agregado, que a su vez cooperen a sostener con dignidad población rural en los pueblos de los partidos de la provincia de Buenos Aires.

Cerrando la fundamentación, Adriana Cudós resalta que una iniciativa similar a la que propone se lleva adelante en la provincia de Tucumán, de cuya normativa se han extraído los conceptos centrales, adaptados a las necesidades y a la realidad productiva de la provincia de Buenos Aires. (www.agencianova.com)



Realizar un cuadro donde se presenten las actividades que se realizan en la escuela, la producción que se obtiene y presentar propuestas tendientes a lograr la diversificación productiva.

EL VALOR AGREGADO EN LA PRODUCCIÓN

Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. El **valor agregado** es el valor creado durante el proceso productivo.

En la economía global de hoy, es muy difícil que los productores agrícolas que se enfocan solo en la producción de bienes primarios tengan un ingreso importante. Darle un valor agregado a su producto es una manera lógica de aumentar los ingresos. Hay muchas maneras de darle un valor agregado a los productos agrícolas, sin embargo, el productor agrícola debe hacer un estudio cuidadoso de las alternativas y asegurarse de que puede enfrentar los posibles riesgos.

El negocio de producto agrícola con valor agregado puede ser definido como una actividad que el productor agrícola realiza, además de la producción

tradicional del producto, para recibir retornos más altos por unidad del producto vendido.

Esto implica que la denominación de producto con valor agregado se cumple si es que el precio por unidad del producto se incrementa. Un ejemplo es cuando el productor agrícola, para aumentar sus ingresos, cobra por mostrar su campo a visitantes (agroturismo). Aunque el precio del producto sea el mismo, en tanto que el ingreso se incrementa, la iniciativa es denominada como de valor agregado. Esto implica la necesidad de adquirir nuevas habilidades y herramientas de manejo para minimizar los riesgos.

En respuesta a la disminución de los ingresos netos de las haciendas, en un mercado global altamente competitivo, muchos productores agrícolas son aconsejados que, para sobrevivir, incluyan actividades que den valor agregado a sus productos. Aunque este enfoque puede ofrecer oportunidades para incrementar el ingreso neto de la hacienda, empezar una nueva empresa tiene sus riesgos. Por eso, se debe hacer una evaluación muy cuidadosa para determinar si este tipo de empresa es el adecuado para cierto productor.

Es sabido que la diferencia entre los precios que recibe el productor y los precios que paga el consumidor se han incrementado notablemente. En otras palabras, mientras la demanda del consumidor por más servicios de mercadeo se incrementa, en la forma de productos listos para comer, la diferencia entre los precios que el productor recibe y los que el consumidor paga se va a incrementar. En general, mientras que más se procese el producto fuera de la finca, antes de llegar a manos del consumidor, menor será la porción que recibe el productor agrícola. Esto se ve claramente cuando se compara el precio de las naranjas frescas (que no requiere mucho procesamiento) y el precio del jugo de naranja fresco (que requiere mucho más procesamiento).

Ejemplos De Negocios De Productos Con Valor Agregado

Como ejemplos de negocios agrícolas con valor agregado, se pueden mencionar:

- Hacer vinos.
- Helados y batidos de leche con frutas.
- Mermeladas y jaleas.
- Canastas con frutas.
- Alojamientos con desayuno en la cama.
- Agroturismo.
- Observación de pájaros.
- Pesca.
- Parques de especias.

- Venta directa a restaurantes y minoristas.
- Mercado de productores.
- Cosechar la propia fruta.
- Mercados al borde de la ruta.



Investigar en distintas empresas agropecuarias si realizan actividades tendientes a agregar valor a lo producido. Analizar las respuestas obtenidas-

Puntos a Considerar

Es importante que el productor, antes de embarcarse en una actividad de valor agregado, pase suficiente tiempo planeando el negocio antes de comprometer sus recursos. Para empezar, el productor deberá responder las siguientes preguntas:

1. ¿Puedo describir la naturaleza del valor agregado en lenguaje plano y claro?
2. ¿Querrá alguien y estará dispuesto a pagar lo que yo quiero ofrecer? [Antes de contestar esta pregunta sería conveniente que usted investigue, de manera disimulada, si la idea que tiene puede ser exitosa.
3. ¿Es el potencial de ingresos mayor que el de costos
4. ¿Tendría esta nueva actividad posibilidades de mantenerse y crecer
5. ¿Tengo acceso a los recursos necesarios para empezar esta nueva actividad?
6. ¿Voy a disfrutar implementando este negocio?
7. ¿Estoy preparado para enfrentar las consecuencias si las cosas no salen bien?

Si la respuesta a estas siete preguntas es "sí", entonces proceda a escribir el plan para el negocio. El escribir un plan para el negocio le ayudará a ver si ha investigado completamente los méritos de la actividad que da valor agregado a su producto.



En <http://www.concienciarural.com.ar/articulos/agricultura/el-mito-de-la-produccion-primaria-agricultura-de-valor-agregado/art1600.aspx>

Encontrarás el artículo siguiente, luego de su lectura realiza un comentario en la página.

El mito de la producción primaria: Agricultura de valor agregado

Allan Gray, profesor asociado del departamento de Economía Agrícola de la Universidad de Purdue, se refirió a las estrategias para incorporar valor agregado al agro y se explayó sobre las ventajas de la concentración vertical, una apuesta altamente vinculada con la inversión y el desarrollo de conocimiento.

El especialista detalló las tres maneras o combinaciones posibles en las que una empresa puede agregar valor y especificó que se puede tener liderazgo de costos, se puede liderar en el producto, es decir destacarse dentro del mercado, o se puede sino, liderar en atención al cliente, dándole la mejor solución total.

Gray señaló que de acuerdo a las características y particularidades, cada empresa resolverá su estrategia pero remarcó una diferencia y advirtió: “Una cosa es crear la diferencia y otra muy distinta es saber comunicarla, hacerla llegar a nuestros clientes”.

En esa línea, destacó la importancia de la publicidad, la organización de eventos y la organización de un óptimo equipo de ventas como pautas indispensables a la hora de comunicar el valor agregado en una cadena productiva.

LA MARCA

La marca es la que nombra e identifica la actividad. La elección requerirá muchas horas de evaluación, creando y descartando opciones hasta encontrar la mejor.

Las principales características de una marca pasan por estas premisas:

- Que sea entendible
- Que, en lo posible, se vincule con la actividad
- Que tenga fuerza y sea llamativa
- Que sea estéticamente agradable
- Que se distinga de la competencia
- Que no esté registrada.

Establecer la marca involucra inventar un nombre y diseñar un logotipo.

A veces, el nombre de la empresa es usado para los productos, es una elección. Pero si el nombre de la empresa es diferente, cuando la actividad se diversifique, se crearan nuevas marcas.

EL ENVASE HABLA

Si bien el envase no tiene el mismo peso de recordación que la marca, también habla de la calidad del producto y de la imagen de la empresa.

Por estos motivos, prestar atención a varios aspectos interesantes:

- El diseño y la presentación
- La calidad del material soporte
- La durabilidad y confiabilidad
- El costo por unidad
- La factibilidad de estibarse
- El diseño práctico y vistoso
- Que identifique al producto

El envase, influye de modo destacado en la decisión de compra, porque sirve de promoción y protección.

Asimismo, habrá que ser prolijo en el diseño de las etiquetas, tienen que comunicar la información del producto contenido, así como la fecha de elaboración o su eventual vencimiento.

IMPORTANCIA DE LOS REGISTROS

Los registros constituyen la base para comenzar con el proceso de gestión en una empresa

Agropecuaria, son una herramienta de trabajo. Registrar es poner por escrito todos los **datos** que sirvan para describir la situación actual de la empresa. El productor es quien debe registrar todo lo que hay y ocurre en su empresa, todos los movimientos de dinero y bienes. Estos datos serán utilizados para realizar un análisis de la empresa al cierre del ejercicio económico (30 de junio de cada año). Entonces se dispondrá de **información** para que el productor pueda tomar las mejores decisiones.

De datos económicos se anotan: ingreso por ventas, compras, gastos, pago de sueldos. De datos físicos se anotan las existencias de bienes en el período.

Los registros deben:

- Tener un propósito definido (con información que se va a utilizar).

- Contener datos reales y actualizados del establecimiento.
- Ser fáciles de completar e interpretar.

Un adecuado sistema de registro de datos permitirá al comerciante disponer de información suficiente para analizar los siguientes aspectos:

- Volumen de las ventas
- Márgenes de utilidad bruta
- Gastos fijos y gastos variables
- Progresión y rendimiento de las ventas por línea de productos y por unidades
- Hábitos de compra de los clientes y su reacción en las diferentes líneas de precios
- Índices de rotación de inventarios
- Utilidad neta

Cuando el comerciante dispone de datos apropiados y actualizados esta en condiciones de anticipar los problemas inminentes, puede adoptar las medidas adecuadas para resolverlos o atenuarlos antes de que la situación adquiera carácter irreversible, y conseguirá calcular sus precios racionalmente.

También los registros son necesarios con el fin de preparar:

- Las declaraciones de impuestos
- Las solicitudes de crédito
- Los estados financieros

Registros Básicos de un Establecimiento Agropecuario

1. Plano del campo

- Ubicación del campo (latitud, longitud), orientación en relación al norte, accesos y ciudades cercanas (distancias).
- Ubicación de aguadas, puestos, corrales, caminos, montes, etc.
- Identificación de potreros con la superficie de cada uno.

2. Información general del campo

- Nombre y ubicación del establecimiento.
- Régimen de tenencia de la tierra: propiedad o arrendamiento.
- Uso actual de los potreros
- Limitantes de cada potrero: receptividad, característica del recurso forrajero (cantidad y calidad de la materia seca), tipo de suelo (fertilidad,

estructura), inundación, descansos, quema, fertilización, pasturas, alambrado convencional o eléctrico, estado de los alambrados.

3. Inventario de bienes

Incluye las categorías de bienes discriminadas por cantidad, valor de mercado, etc. Lo ideal es actualizarlo al 30 de junio de cada año, obteniendo una existencia inicial y otra final de cada ejercicio económico.

4. Entrada y salida

Se debe registrar lo que ingresan al campo por categoría, igualmente se deben registrar lo que egresa del campo. En ambos casos, se debe registrar la fecha de cada movimiento.

5. Ingresos y egresos de dinero

Abarca todos los movimientos de efectivo que se produzcan, es de elaboración mensual (ordenado por fecha). Ingresos generalmente por ventas, y egresos en su mayoría por compra de insumos, pago de servicios o retiros.

6. Inventario de capitales

Este es un registro que se hace una vez, y se actualizará todos los años al 31 de diciembre. La actualización obedece a la amortización establecida, a la desactivación de capitales o a inversiones nuevas. El inventario está organizado en grupos de capitales.



Confeccionar los registros necesarios para un productor agropecuario que desea regularizar la gestión de su empresa.

MARGENES EN LA EMPRESA AGROPECUARIA

El margen bruto expone comparativamente la diferencia existente entre el **valor bruto de la producción** (VBP), también llamado **ingreso bruto** y el **costo directo** asociado a dicha actividad.

La empresa agropecuaria puede tener una o diversas actividades, dependiendo de:

- Características edafológicas y climáticas de zona donde se encuentra la explotación
- Conocimiento y capacidad del productor para manejar la actividad

- Solvencia para desenvolverse en el negocio
- Distancia de mercados.

En consecuencia, hay empresas agropecuarias, netamente agrícolas, otras ganaderas (de carne o leche) otras mixtas, etc. Cada una de las actividades que se realizan presenta un resultado que se mide a través del margen bruto; por lo tanto el resultado de las actividades en conjunto resulta de la suma de todos los márgenes brutos. El margen bruto, si bien nos da una idea del resultado de las actividades que la empresa lleva adelante, no es representativa del resultado final de la misma.

Debemos considerar que:

Para el cálculo del margen bruto de cada actividad se contemplan los gastos directos que están 100% afectados a la misma. Pero toda empresa tiene otra serie de gastos que se efectúan independientemente del nivel de actividad y que afectan al funcionamiento global de la empresa, por ejemplo: impuestos, personal sin afectación específica, mantenimiento de mejoras y otros.

Como se calcula: el valor bruto de la producción es la cifra en dinero que resulta de multiplicar el rendimiento de la actividad por el precio bruto del producto (INGRESO BRUTO). En tanto el gasto directo representa la sumatoria de gastos, amortizaciones e intereses resultantes de realizar la actividad.

INGRESO BRUTO = RENDIMIENTO (q/ha) x PRECIO VENTA (\$/q)

MARGEN BRUTO = INGRESOS BRUTOS – GASTOS DIRECTOS

Gastos directos:

Los Gastos Directos (operativos o variables) son originados por el uso de insumos y servicios (factores de producción que se agotan normalmente con su uso dentro del ejercicio: ej. gasoil, semilla, fertilizante, etc.).

Gastos Indirectos:

Dentro de las empresas, hay gastos que no pueden adjudicarse directamente a ninguna actividad productiva en particular, o realizar ello se transformaría en una labor bastante difícil, por lo tanto, surgen los gastos indirectos. Ellos a su vez se dividen en Gastos de Administración (ej.: Honorarios de administración, asesor contable o legal, gastos de oficina) Gastos de Estructura (ej.: gastos de la camioneta, asesor técnico, conservación de mejoras) e Impuestos (Inmobiliario, tasa vial, etc.)

Un ejemplo aclarará estos conceptos: un productor debe decidir entre criar ovejas o vacunos en un lote. Son gastos directos para esta decisión los correspondientes a las labores, alimentos, vacunas, etc. de cada una de las producciones. Por el contrario son gastos indirectos para este los impuestos, los gastos de mantenimiento y reparación de las mejoras, etc., ya que los mismos se deben efectuar independientemente se realice o no cualquiera de las crías y por lo tanto no influyen en la decisión.



Completar con los datos faltantes, y calcular el margen bruto para la cría de vacunos siguiendo el modelo. ¿Cuál es la mejor alternativa?

Ingresos	OVEJAS		
Concepto	Cant	Precio U	Total
Corderos	903		
Lana (Kg)	5.917		
INGRESOS NETOS			
Egresos			
Sueldo peón	13		
Jornales	18		
Vacuna quíntuple	1.390		
Ivermectina	1.390		
Mellofaguicida	1.299		
Esquila	1.395		
Insumos varios	1		
Gastos alimento mensual	12		
Leña	24		
Pasto	100		
Reposición	290		
TOTAL EGRESOS			
MARGEN BRUTO			

Al igual que para el resto de las actividades de la organización, el Margen Bruto nos servirá como punto de partida hacia el análisis y definición del mix de actividades a realizar en nuestra empresa, por lo cual es importante que esta herramienta sea utilizada.

Para finalizar....

Gestionar y llevar adelante una empresa agropecuaria es todo un desafío. No solo desde el punto de vista de la estrategia a implementar para ganar mercado o desde del producto o servicio que la empresa ofrece, es importantísimo fijar prioridades, definir objetivos, trabajar focalizado, delegar y formar equipos, ustedes a partir del trabajo en éste módulo disponen de las herramientas para comenzar la gestión de una pequeña unidad productiva.



Responder:

1. Definir mercado
2. Explicar cuales son los distintos tipos de mercado.
3. ¿Qué indica la demanda? ¿cómo se comporta?
4. ¿Qué indica la oferta?
5. ¿Cómo se llega al equilibrio del mercado?
6. Explicar investigación de mercado. Tipos
7. Definir comercialización. Etapas
8. ¿Cuáles son las distintas modalidades de ventas en las empresas agropecuarias?
9. ¿Qué significa diversificar?
10. ¿Por qué es importante la confección de registros?

Términos Fundamentales

Mercado	estructura	oferta
Demanda	monopolio	oligopolio
Competencia	cualitativa	cuantitativa
Comercialización	Diversificar	valor agregado
Márgenes	ingreso bruto	margen bruto

Seminario



Teniendo en cuenta el Proyecto Productivo elegido, la tarea a realizar será:

1. Determinar el tipo de mercado donde comercializarán sus productos.
2. Analizar el comportamiento de la oferta y la demanda

3. Buscar agregarle valor a la producción de la empresa, para ello será necesario realizar una investigación de mercado para determinar la viabilidad de la propuesta.
4. ¿Cómo realizarán las ventas?
5. Establecer una marca y un envase para el producto.
6. Realizar los registros necesarios.
7. Determinar el margen bruto de la producción.
8. Presentar en el seminario

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Beker V. y Mochón F. "Economía: Elementos de Micro y macroeconomía". Ed. Mc Graw Hill. España. 1999.

Chiavenato I. y ots. "Administración aplicada a empresas agropecuarias". Ed. Mc. Graw Hill. México. 2004.

Chiavenato, I. "Introducción a la teoría general de la administración". Ed. Mc. Graw Hill. México. 2005.

Fainstein H. y ots. "Tecnologías de Gestión". Ed. Aique. Buenos Aires. 2000

Formento S. "Empresa Agraria y sus contratos de Negocios". Ed. Facultad Agronomía. Buenos Aires. 2005.

Longenecker J. y ots. "Administración de pequeñas empresas". Ed. Soluciones Empresariales. México. 2001.

Maas, P. y Castillo, J. "Economía". Ed. Aique. Buenos Aires. 2002.

Maino G. y Martinez L. "La Empresa Agropecuaria". Ed. Macchi. Buenos Aires. 1980.

Martinez Ferrario E. "Estrategia y Administración Agropecuaria". Ed. Troquel. Buenos Aires. 1995.

Pena de Ladaga, S. "Toma de decisiones en el sector agropecuario. Herramientas de Investigación operativa aplicadas al agro". Ed. Facultad de Agronomía. Univ. De Bs. As. Buenos Aires. 2006.

Pinilla F. y ots. "Fundamentos de Administración y Gestión". Ed. Mc. Graw Hill. Madrid. 1997.

Revistas Pymes. Diario Clarín. Argentina

Robbins S. y Coulter M. "Administración". Ed. Pearson. México. 2005.

Rosenberg, R. "Información contable y gestión". Ed. Santillana. Buenos Aires. 2006.

Sanchis Palacio J. y Ribeiro Soriano D. "Creación y dirección de Pymes". Ed. Díaz de Santos. Madrid. 1999.

Vieites C. "Agronegocios Alternativos. Enfoque, Importancia y Bases para la Generación de Actividades agropecuarias no tradicionales". Ed. Hemisferio Sur. Buenos Aires. 2007.

ANEXO 1:

Posicionamiento: La batalla por la mente del cliente

Para crear más valor se debe llegar primero a la mente del Cliente

Por Edgardo Frigo

Para vender nuestro servicio se debe ganar una posición en la mente de nuestros Clientes, ya que la única realidad que importa es la que está en la mente de esos clientes... pero hay que tener en cuenta los fenómenos de **simplificación** y de **saturación**.

SIMPLIFICACIÓN

Nuestros clientes son atacados por un enorme volumen de comunicaciones. Reciben cientos de mensajes por día, tantos que no pueden captarlos a todos. Su mente, atacada por esa sobrecomunicación, se defiende filtrando la información. Solo acepta una parte, la parte que quiere aceptar.

Lo que la mente acepta es lo que se enlaza con sus conocimientos y experiencias anteriores y su forma de pensar. rechaza todo lo demás. Una vez que nuestros clientes se han formado una idea sobre una cosa o persona, es casi imposible cambiarla.

Quienes dirigimos empresas queremos llegar con nuestro mensaje a esa mente saturada. En ese caos de sobrecomunicación la única forma de llegar es **simplificar el mensaje**, adaptándolo a las necesidades y deseos específicos de nuestro blanco.

SATURACIÓN

Consumimos un enorme caudal de comunicaciones, de la cual la publicidad es solo un pequeño porcentaje. Estamos saturados por imágenes, palabras, sonidos e ideas que vienen de la radio, la televisión, el diario, la propaganda callejera y muchas otras fuentes. Que llegue nuestro mensaje es muy difícil.

La gente recibe treinta o cuarenta veces más publicidad que en los '60; cuando va al supermercado encuentra cincuenta veces más oferta; si precisa un servicio encuentra cien veces más opciones. La cantidad de productos, servicios y mensajes es enorme, y cada vez hay más. Pero la mente no absorbe más que antes.

Para empeorar el cuadro, . Todos hacen cada vez más el uso de la publicidad aumenta a medida que su eficacia disminuye propaganda. Incluso comienzan a usarla quienes antes no lo hacían como los abogados, los cementerios privados y las iglesias. Esto nos coloca en una disyuntiva. Necesitamos vender más, y para eso queremos llegar con nuestro mensaje a nuestros potenciales clientes, pero esto se vuelve cada vez más difícil.

ENTRANDO EN LA MENTE

Para alcanzar una posición favorable en la mente de nuestros clientes, lo fundamental es LLEGAR PRIMERO. Como dicen Al Ries y Jack Trout: ¿Cuál es la montaña más alta del mundo? El Everest. ¿Y la segunda más alta? Quien sabe. Y a quien le importa.

Kodak "es" fotografía. IBM es computación. Coca Cola es refrescos. Knorr Suiza es calditos. Chef es puré. Gillette es hojitas de afeitar. Entonces, lo primero que necesitamos es una "posición mental" no ocupada, y ser los primeros en alcanzarla.

El modo más difícil de entrar en la mente es entrar segundo. ¿Cuál es el libro más vendido? La Biblia. ¿Y el segundo más vendido? Volvemos a lo mismo. Quien sabe. Y a quien le importa. El primer producto en ocupar un lugar en la mente de los clientes (NO en el mercado) tiene una ventaja enorme. El segundo ya encuentra demasiado "ruido".

A veces el primer producto en llegar al mercado no aprovecha la oportunidad de lograr la primera posición. IBM no inventó la computación comercial; fue Sperry Rand. Pero IBM logró la posición de "primero en computación". América fue descubierta por Colón. Pero lleva el nombre de Vespucio. Por ello, no es imprescindible llegar primero al mercado. Pero sí es imprescindible llegar primero a la mente del cliente, único modo de ganar una posición rentable y que puede sostenerse en el tiempo para brindar más valor.

Una de las formas más eficaces de agregar valor es **mejorar el posicionamiento** de nuestra organización y de los servicios que vendemos. Las empresas de servicios trabajan en mercados con muy alta rivalidad, en los que sobra de todo. Los servicios son cada vez más parecidos entre sí, y la oferta es cada vez más amplia. A su vez los clientes se vuelven más exigentes cada día, buscando más valor por el dinero que pagan. Una de las formas más eficaces de agregar valor es buscar mejoras en el posicionamiento de nuestra organización y de los servicios que vendemos.

ESCALERAS MENTALES

La mente a la que queremos llegar solo puede procesar pocos datos a la vez. Para no ser abrumada por la carga de información que le llega cada día, simplifica. Además ordena los mensajes, ideas, personas, productos y servicios según SU orden de prioridades. Jerarquiza. En esa mente, por ejemplo, cada uno de los jabones de tocador ocupa una posición definida de acuerdo a "su" jerarquía, como si ocupara peldaños de una escalera.

Es difícil ascender por la "escalera" de esa mente si los peldaños superiores ya están ocupados. En este caso la única forma de competir será colocar otra escalera, en la que podamos ocupar el escalón superior.

En general la primera marca que llega a la mente ocupa el doble de porcentaje de mercado que la segunda, y cuatro veces más que la tercera. El

primero logra la posición de líder, que siempre es mucho más FUERTE. Lo mismo ocurre cuando el líder de un mercado quiere entrar en un mercado diferente, dominado por otra marca. Hace años IBM quiso entrar al mercado de fotocopiadoras. Ese mercado era dominado por Xerox, mucho más chica. En IBM pensaban que su imagen de marca era tan fuerte que, combinada con su tamaño y sus recursos le garantizaba el éxito. IBM nunca pudo vender fotocopiadoras, y finalmente tuvo que abandonar ese mercado luego de perder cientos de millones de dólares.

El líder a corto plazo es invulnerable. Y a largo plazo, si no comete errores groseros, también. En EE.UU. hicieron un seguimiento de veinticinco marcas líderes desde 1940. Cincuenta años después, en 1990, encontraron algo sorprendente: veinte seguían siendo líderes, cuatro eran segundas, y una era tercera. Esto demuestra que vale la pena hacer un esfuerzo para lograr el liderazgo. Si lo logramos podremos mantener esta posición, la más rentable del mercado, durante muchos años.

CUANDO NO LIDERAMOS

Cuando el primer escalón de la "escalera mental" de los Clientes ya está ocupado, no ganamos nada con copiar el producto o las tácticas del líder. Incluso si logramos mejorarlos, desplazar al líder es muy difícil. Debemos tratar de poner una "escalera" diferente, para ocupar otro primer escalón.

En los '60 en EE.UU. los automóviles eran cada vez más largos, aerodinámicos y potentes. Llegó Volkswagen, chico y feo. Aquí el hueco de mercado era el tamaño. VW decía "piense en pequeño". Estableció firmemente su posición, desafiando la idea de que lo grande era mejor. En ese momento había otros coches chicos en el mercado norteamericano, pero ninguno había aprovechado la posición de coche chico. Y VW mantuvo un firme liderazgo en su segmento, hasta la llegada de los japoneses.

En la Argentina las colas tienen una posición muy fuerte como bebidas gratificantes; desplazar a Coca y Pepsi es muy difícil. ¿Qué hizo Gatorade? Colocó otra escalera. Se posicionó como la bebida "que vence la sed profunda". Y en lugar de mostrar jóvenes divirtiéndose, muestra deportistas con sed después del partido. Esto le permitió alcanzar una posición de liderazgo sin competir frontalmente con los gigantes. En Gatorade comprendieron que Coca y Pepsi no ocupaban la posición de saciar la sed, sino la de la gratificación, y "pusieron otra escalera".

Tras el éxito de Gatorade, Coca Cola buscó copiar su estrategia cometiendo el mismo error que IBM con las fotocopiadoras. Sacaron su propia imitación, llamada Powerade. Buscaban desplazar al líder copiando su aspecto, nombre y estrategia. De más está decir que no lo consiguieron.

LA IMPORTANCIA DEL NOMBRE

Un elemento comercial fundamental es el nombre, de la empresa y del servicio. Como dice Wilensky, el nombre es "el gancho del que cuelga el producto en la mente del cliente". Los nombres deben crear la imagen mental

que buscamos: Playboy, Fortune, Swing, Tiempo Libre o Jardín de Paz. El "gancho" de un producto comienza por su nombre. El atractivo de un libro, de una conferencia o una película comienzan por su título. Una panadería que se llame Delicity, comenzó bien.

Un nombre que no significa nada (Shell, Favaloro, Birome), o una sigla (IBM, ITT, YPF) puede usarse cuando "penetramos primero" en la mente del Cliente. De otro modo no sirve para construir nuestra posición en la mente del Cliente. No dice nada. No indica en que negocio estamos.

La marca es más que un nombre: representa una posición en la mente. Repitiendo el viejo error de IBM, la propia Xerox está tratando hace años de vender computadoras. Todo lo que consiguieron es perder plata, porque el nombre Xerox significa fotocopadoras.

REPOSICIONANDO A LA COMPETENCIA

Cuando no encontramos un hueco para llenar, podemos crearlo reposicionando a los competidores. Por ejemplo en el mercado de los fármacos digestivos el posicionamiento de la marca Hepatalgina era muy fuerte. Bagohepat ya encontró ocupada la escalera de "las gotitas". Entonces reposicionó a Hepatalgina. Colocó otra escalera: "ya no tenés que matarte contando gotitas". Sacó el mismo producto pero en comprimidos, y explotó las ventajas de su producto físico. Ciertos segmentos de clientes ahora perciben al frasco de Hepatalgina como grande e incómodo, aunque siga siendo igual que siempre.

Ejemplos como éste demuestran que **vale la pena invertir esfuerzo y recursos en ganar una posición de liderazgo en el mercado de que se trate. Luego, se podrá mantener esta posición durante muchos... y rentables años.**

*El autor de este artículo, **Edgardo Frigo** (efrigo@mr.com.ar), es consultor especialista en management de Seguridad, y profesor universitario de administración de empresas. Vea sus antecedentes en www.forodeseguridad.com/frigo.htm .*

ANEXO 2:

DOCUMENTACIÓN RESPALDATORIA DE LAS OPERACIONES COMERCIALES

Nota de compra o pedido: es el documento que el comprador envía al vendedor, detalla las mercaderías que solicita y las condiciones en que debe realizarse la operación.

Remito: es el documento que el vendedor envía por duplicado al comprador, acompañando la mercadería. Al comprador le permite controlar lo que recibe,

conservando el original firmado por el vendedor. Para el vendedor es una constancia de haber entregado la mercadería.

Factura: es el documento que el vendedor envía al comprador en el que detalla:

- a) Nombre del comprador y *vendedor*.
- b) Fecha y lugar de venta.
- c) Cantidad, clase, precio unitario e importe total de las mercaderías.
- d) Descuentos y bonificaciones.
- e) Condiciones de pago.

Ticket: cumple la misma función de la factura al contado y se utiliza en operaciones de escasos importes. Lo emite el vendedor por medio de máquinas registradoras y se lo entrega al comprador, quedando en la memoria de la máquina la operación realizada.

Nota de débito: es el documento que un comerciante envía a otro haciéndole saber que ha cargado en su cuenta un importe determinado.

Nota de crédito: es el documento que un comerciante envía a otro en donde le comunica que ha descargado de su cuenta un determinado importe.

Resumen de cuenta: las casas de comercio envían al finalizar cada mes, a todos los clientes que le han comprado mercadería, un resumen general del estado en que se hallan sus respectivas cuentas.

Recibo: es una constancia escrita por la cual una persona declara haber recibido de otra, una suma de dinero u otros valores. Todo recibo debe contener: lugar y fecha en que se otorga. Nombre de la persona *de quien se recibe*. *La cantidad de dinero, valores o bienes, escrita en letras y cifras*. *El concepto por el cual se ha recibido esa cantidad*. *La firma del que recibe*.

Pagaré: es una promesa escrita por la cual una persona se obliga a pagar a otra o a su orden, en un determinado plazo una suma determinada de dinero. Requisitos:

Lugar y fecha de emisión. Época en que el deudor debe pagar el importe. Nombre de la persona a quien ha de pagarse. El importe, expresado en letras y números. Causa que origina la promesa de pago. Firma del deudor y su domicilio. El sellado de ley.

Endoso: acto por el cual una persona transmite a otra un documento de crédito y los derechos que sobre él posee. La tercera persona que interviene se llama tenedor o tomador a quien el deudor deberá pagar el importe.

Vales: Es una promesa escrita por la cual una persona se obliga a pagar una suma de dinero o una cosa determinada.

Tarjeta de crédito: es un tipo de crédito, el titular de una tarjeta de crédito adquiere bienes y servicios sin utilizar dinero: se limita a firmar un comprobante. Mensualmente recibe un resumen de cuenta, indicando el importe a pagar, en forma total o en cuotas. El comerciante adherido al sistema presenta en la fecha establecida los comprobantes de las ventas realizadas y las cobra, previo descuento de un determinado porcentaje.

Cheque: es una orden de pago liberada contra un Banco en el cual el librador tiene fondos depositados a su orden en cuenta corriente o autorización para girar en descubierto (liberar cheques sin tener los fondos suficientes, previa autorización del Banco).

Requisitos:

- a) La denominación cheque inserta en su texto.
- b) El número de orden impreso en el cuerpo del cheque y talón.
- c) El lugar y fecha de emisión.
- d) Nombre y domicilio del Banco.
- e) Expresión de si es a la orden, al portador o a favor de determinada persona.
- f) La cantidad librada escrita en números y letras, especificando el tipo de moneda.
- g) La firma del librador.

Cheque al portador: el Banco pagará el importe del mismo a cualquier persona que lo presente al cobro.

Cheque a favor de determinada persona o "a la orden": El librador consigna el nombre del beneficiario seguido o no de "a su orden", son transmisibles de una persona a otra, por medio del endoso. El Banco lo pagará debiendo verificar la autenticidad de la firma del librador y la del último endosante.

Cheque a favor de determinada persona, "no a la orden": el Banco paga a la persona cuyo nombre figure en el documento, puede ser depositado en la cuenta bancaria del beneficiario, éste deberá cruzarlo "en especial" a favor del Banco. No son transmisibles de persona a persona.

Cheque cruzado: son los cheques que llevan trazadas dos líneas paralelas transversales a su texto, entre las líneas puede consignarse "no negociable". Puede ser transferido de una persona a otra por vía del endoso, pero no puede cobrarse en la ventanilla de un Banco, sino que tiene que ser depositado en cuenta; si desea cobrarlo deberá endosarlo y depositarlo en su cuenta

bancaria, luego librar un cheque de su propia firma pudiendo cobrar el efectivo transcurridas 24, 48 ó 72 horas.

ANEXO 3: Modelo de secuencia

